ACCESO GRATIS *a la Lectura en la Nube*

Para visualizar el libro electrónico en la nube de lectura envíe junto a su nombre y apellidos una fotografía del código de barras situado en la contraportada del libro y otra del ticket de compra a la dirección:

ebooktirant@tirant.com

En un máximo de 72 horas laborables le enviaremos el código de acceso con sus instrucciones.

La visualización del libro en **NUBE DE LECTURA** excluye los usos bibliotecarios y públicos que puedan poner el archivo electrónico a disposición de una comunidad de lectores. Se permite tan solo un uso individual y privado

Misoginia online: la cultura de la manosfera en el contexto español

Comité Científico
De La Editorial Tirant Humanidades

Manuel Asensi Pérez
Catedrático de Teoría de la Literatura y de la Literatura Comparada
Universitat de València

Ramón Cotarelo
Catedrático de Ciencia Política y de la Administración
de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
de la Universidad Nacional de Educación a Distancia

M.ª Teresa Echenique Elizondo
Catedrática de Lengua Española
Universitat de València

Juan Manuel Fernández Soria
Catedrático de Teoría e Historia de la Educación
Universitat de València

Pablo Oñate Rubalcaba
Catedrático de Ciencia Política y de la Administración
Universitat de València

Joan Romero
Catedrático de Geografía Humana
Universitat de València

Juan José Tamayo
Director de la Cátedra de Teología y Ciencias de las Religiones
Universidad Carlos III de Madrid

Procedimiento de selección de originales, ver página web:
www.tirant.net/index.php/editorial/procedimiento-de-seleccion-de-originales

Yanna G. Franco
Asunción Bernárdez Rodal
Editoras

Misoginia online: la cultura de la manosfera en el contexto español[1]

tirant humanidades
Valencia, 2023

1. Este libro ha sido elaborado en el marco del Proyecto I+D Proyecto I+D de la Convocatoria de Excelencia "Produsage cultural en las redes sociales: Industria, Consumo Popular y Alfabetización Audiovisual de la juventud española con perspectiva de género". Id. proyecto: FEM2017-83302-C3-3-P, (2017-2021) y ha recibido el apoyo del Proyecto I+D Comunidad de Madrid , Convocatoria PR/27/21. Título: "Trazabilidad, Transparencia y Acceso a la Información: Estudio y Análisis de las dinámicas y tendencias en el campo". Referencia: PR27/21-017. Duración: 2022-2023.

Copyright ® 2023

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito de los autores y del editor.

En caso de erratas y actualizaciones, la Editorial Tirant Humanidades publicará la pertinente corrección en la página web www.tirant.com.

DIRECTORA DE LA COLECCIÓN
ASUNCIÓN BERNÁRDEZ RODAL
Catedrática de la Facultad de Ciencias de la Información.
Universidad Complutense de Madrid

© Varios autores y autoras

© TIRANT HUMANIDADES
EDITA: TIRANT HUMANIDADES
C/ Artes Gráficas, 14 - 46010 - Valencia
TELFS.: 96/361 00 48 - 50
FAX: 96/369 41 51
Email:tlb@tirant.com
www.tirant.com
Librería virtual: www.tirant.es
DEPÓSITO LEGAL: V-xxxx-2023
ISBN: 978-84-19588-44-9
MAQUETA: Innovatext

Si tiene alguna queja o sugerencia, envíenos un mail a: atencioncliente@tirant.com. En caso de no ser atendida su sugerencia, por favor, lea en *www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa* nuestro Procedimiento de quejas.

Responsabilidad Social Corporativa:
http://www.tirant.net/Docs/RSCTirant.pdf

Comité Científico Colección Feminismos

Mercedes Alcalá Galán
Universidad de Madison - Wisconsin.
Associate Professor. Departament of Spanish & Portuguese

Margarita Barañano Cid
Universidad Complutense.
Profesora Titular. Departamento de Sociología III

Silvia Bermúdez
University of California.
Professor. Departament of Spanish & Portuguese

Miguel Alfonso Bouhaben
Universidad de Ecuador.
Profesor en la Escuela Superior Politécnica de Litoral (*ESPOL*).

Dunia Etura Hernández
Universidad de Valladolid. Profesora de Periodismo del Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América

Yanna G. Franco
Universidad Complutense. Profesora del Departamento de Economía Aplicada IV. Facultad de Ciencias de la Información

Marián López-Fernández Cao
Universidad Complutense. Catedrática del Departamento de Didáctica de las Lenguas, Artes y Educación Física

Gloria Nielfa Cristóbal
Universidad Complutense. Catedrática emérita del Departamento de Historia Contemporánea

Graciela Padilla
Universidad Complutense. Profesora Titular del Departamento de Periodismo y Nuevos Medios.

Rosa San Segundo Manuel
Universidad Carlos III. Catedrática del Departamento de Biblioteconomía y Documentación.

Adelina Sánchez Espinosa
Universidad de Granada. Profesora Titular del Departamento de Filología Inglesa y Alemana

Laura Triviño
Universidad de Málaga. Profesora Titular del Departamento de Didáctica de las Matemáticas, Ciencias Sociales y Ciencias Experimentales

Índice

Presentación

Manosfera: ¿Y de qué cueva salió este monstruo? 11
Asunción Bernárdez Rodal y Yanna G. Franco

Capítulo 1

¿Quién nos odia? Manosfera como el antifeminismo organizado en red hacia mujeres feministas influyentes..... 25
María Cruz Tornay Márquez, Joan Pedro Carañana y Graciela Padilla Castillo

Capítulo 2

Las guerras meméticas de la manosfera: difundir el antifeminismo con memes..... 41
Elisa García Mingo y Anita Fuentes

Capítulo 3

Ecos misóginos digitales: analizando el contrapúblico antifeminista de YouTube 65
Silvia Díaz Fernández y Sergio Tomás Forte

Capítulo 4

Violencia intrafamiliar como pretexto para la deslegitimación de la violencia de género 83
Alberto Monroy Trujillo

Capítulo 5

Cartografiando las subculturas de la manosfera española. Entre Forocoches y Burbuja.info 99
Charo Lacalle

Capítulo 6

Activistas de los Derechos de los Hombres en España: ideólogos y víctimas arquetípicas de la manosfera 115
Elisa García-Mingo y Laura González Sánchez

Capítulo 7

Una crítica feminista a la retórica económica del discurso incel ... 131
Yanna G. Franco, Marisa Bordón Ojeda y Andrés Villena Oliver

Capítulo 8

Los *incels*: un fenómeno misógino de la subcultura virtual que rearticula el discurso sobre la violencia sexual contra las mujeres . 151
Tania Brandariz Portela y Roxana Popelka Sosa Sánchez

Capítulo 9

Contranarrativas frente a la cultura de la manosfera. @noles-descasito y otros movimientos para frenar el odio en redes 167
Jonattan Rodríguez Hernández y Eglée Ortega Fernández

Capítulo 10

Distopías poético-ficcionales frente al antifeminismo digital 183
Víctor Gutiérrez-Sanz y Dunia Etura

Presentación

Manosfera: ¿Y de qué cueva salió este monstruo?

Asunción Bernárdez Rodal
Universidad Complutense de Madrid
asbernar@ucm.es

Yanna G. Franco
Universidad Complutense de Madrid
ygfranco@ucm.es

> "Nuestro tiempo está sumido en el caos. Las redes de internet están repletas de *fakenews*, troles y foros donde habitan *nerds*, *geeks* y otras especies oscuras. En los últimos años los memes, hilos de Twitter y estrellas del pop han llenado el debate político hasta el aborrecimiento. La lucha cultural es el principal frente de batalla de la *alt-right* y el conservadurismo. La hegemonía del capitalismo y el patriarcado dependen hoy del control del pensamiento. La cultura pop está cambiando el Viejo Mundo y todas las subculturas que funcionaban como refugio de masculinidades tóxicas se revuelven como una bestia herida. Ante esta situación de emergencia, diferentes grupos, espacios y personas han decidido organizarse."
>
> Proyecto UNA (2019)

"Manosfera" (también llamada en castellano "androsfera" o "machosfera") no es un término común en nuestra lengua, ni siquiera lo es en el entorno académico, a pesar de que comenzó a utilizarse a partir del año 2009. Se trata de un anglicismo formado por 'man'+'sphere' que se refiere a un conjunto abierto de blogs, foros, canales de YouTube, plataformas de juegos online, etcétera, en la que los hombres debaten en la Red sobre la masculinidad. Es esta una definición amable y un poco naif de este fenómeno que no ha parado de crecer y transformarse hasta tomar, en muchos casos, un cariz agresivo y misógino contra las mujeres en general, y contra las feministas y las personas que apoyan los movimientos LGBT+, en particular. La manosfera se ha ido desarrollando en la medida en que los grupos de presión fascistas y ultraconservadores han conseguido influir en el contexto político mundial,

pero no son la consecuencia sino la causa del crecimiento del ideario ultraconservador, expandiendo el racismo, el nacionalismo, el capacitismo, y sobre todo el antifeminismo.

Se trata de un fenómeno que ha comenzado a estudiarse como tal en los últimos años en el ámbito académico anglosajón, y más tardía y limitadamente en la universidad española. En realidad, los análisis sobre la misoginia en redes sociales han sido muchísimos, pero el concepto de "manosfera" aporta una idea nueva: que no se trata de casos puntuales o aislados de insultos a las mujeres o a las identidades alternativas, sino que podemos sospechar que existen una suerte de organizaciones informales en Internet que practican un activismo controlado en contra de los cambios producidos en la sociabilidad por el éxito del feminismo a lo largo del siglo XX. Se trata de manifestaciones de varones que muestran con gran furia verbal el miedo a que la sociedad patriarcal se desmorone. La paradoja es que todos estos hombres han nacido en una época en la que el ideario igualitario ha triunfado en las sociedades democráticas.

El objetivo de este texto es hacer un mapa descriptivo realizado a través de la historia y los grupos que conforman la manosfera, sabiendo que es un ejercicio a la fuerza simplificador de un fenómeno complejo. Las primeras preguntas que podemos hacernos son ¿dónde está la manosfera?, ¿qué grupos la componen? La respuesta no es sencilla ya que es imposible delimitar un fenómeno que se encuentra en múltiples sitios web en los que colaboran sobre todo varones, que comparten y debaten en torno a actividades masculinizadas: el gusto por los coches, por el bricolaje, por los deportes o por los juegos online. En principio no son espacios dedicados a hablar de masculinidad de forma explícita, pero la realidad es que en muchos de ellos es fácil que se deslicen hilos de conversaciones con comentarios misóginos. Pero, por otro lado, la manosfera también está compuesta por espacios creados por varones (y también algunas mujeres) que se dedican a insultar a las activistas feministas o a los grupos LGBT+ de forma directa y abierta, incluyendo todas aquellas personas que se manifiestas como aliadas de esos movimientos para la consecución de la igualdad, como eje monotemático de sus creaciones.

La manosfera ha resultado ser una sorpresa para nosotras. Trabajamos en el análisis del movimiento feminista y su proyección en los medios desde hace veinticinco años y, sin embargo, el tema nos ha pillado desprevenidas. Durante los últimos diez años, hemos reflexionado acerca del éxito público que ha tenido el feminismo en el mundo: el movimiento #MeToo, la eclosión de las manifestaciones y asociacionismo en América Latina y en muchos lugares del mundo, la Huelga General del 8 de marzo del 2018, etcétera. Y, de repente, tenemos la sensación de

que a nuestro lado ha ido creciendo un monstruo silencioso y aterrador. ¿Cómo ha sido posible? La explicación es que ha ido desarrollándose agazapado en lugares en los que nosotras, como muchas investigadoras e investigadores académicos, no frecuentamos. Las plataformas de juegos online, las sesiones de *youtubers* hablando de cosas que no nos interesan, o incluso páginas de instagramers mujeres que defienden su derecho a ser "femeninas". Todos ellos son espacios habitados por generaciones muy jóvenes que parecen ignorar lo que ha costado la igualdad y las ventajas que supone para el desarrollo mundial crear un mundo basado en la equidad y en la justicia social.

Si el fenómeno de la manosfera ha conseguido quitarnos el sueño, es porque nos ha hecho ganar conciencia de hasta qué punto, supone una perversión lingüística y por lo tanto ideológica: pensábamos que el activismo era nuestro, como lo era el deseo de cambio social hacia la igualdad. Creíamos que nos movía la justicia que llevaría al mundo a ser mejor, no sólo entre los humanos, sino que incluso a través de las ideas ecofeministas, podríamos llegar a salvar al planeta del desastre al que nos ha llevado el ideario competitivo, violento y depredador del dominio patriarcal en Occidente. Y de repente, ante nuestros ojos, todo este despliegue de espacios web que también hablan de revolución, de cambio social, de felicidad humana en la tierra... Y ¿cómo conseguirán salvarnos del desastre?: volviendo a un pasado idílico de paz social (que por cierto nunca existió) basado en el "orden" de las cosas: los hombres mandando sobre las mujeres y las élites sobre el resto de la población, utilizando la fuerza si fuera necesario. Esa es la definición del fascismo. Lo terrible ha sido darnos cuenta de que el lenguaje combativo y activista, parece que ya no nos pertenece, se han apropiado de él y lo utilizan en contra de los ideales de justicia e igualdad. Mientras las feministas estábamos entretenidas trabajando para dar visibilidad a nuestros logros, el activismo ultraconservador y machista ha ganado virulencia y espacio en las redes sociales y en las calles, de un modo que no podíamos ni imaginar hace sólo diez años. Nos da la sensación de que no sólo han cambiado las normas del juego, sino que nos han cambiado los naipes a mitad de partida. Vivimos en un entorno confuso, donde los textos y los lenguajes de igualdad y liberación están siendo usurpados.

Hagamos un poco de historia para poder entender el proceso. El primer libro publicado sobre el tema fue: *The Manosphere! How the Red Pill, Game, and the Internet are revalorizing Masculinity for the 21st century!* de Ian Ironwood en 2013. El propio autor se considera parte de la manosfera, pero en su vertiente más amable, ya que, en sus orígenes, se trataba de espacios on-line en los que los varones se encontraban para hablar de cómo adaptarse a los cambios sociales que había produ-

cido el feminismo, hablando de la necesidad de transformar las claves de relación con las mujeres que habían recibido en sus familias y entornos sociales.

Sin embargo, desde el principio, el movimiento se estableció en dos alas fundamentales: los sitios web llamados Men's Rights Advocates (MRA) que todavía perviven, dedicados a la hablar de los divorcios, las custodias de los hijos, los regímenes de visitas quejándose en su mayoría de las sentencias que según ellos se impartían en favor de las mujeres, incluso en los casos de acusaciones de violación por un lado, mientras que por otro, se hablaba también sobre las leyes que castigan la violación.

En segundo lugar, al principio de Internet comenzaron a formarse foros denominados *Pick-Up Artists* (PUAs) (artistas del ligue), que eran hombres dedicados a desarrollar estrategias para seducir mujeres, estudiando sobre todo psicología femenina y compartiendo experiencias de vida práctica. En todos estos grupos había una tópica común: el tratar las cuestiones sexuales y una relación problemática no sólo con las mujeres en general, sino con las feministas en particular. El feminismo estaba siempre de fondo, si bien, en los personajes mejor intencionados de estos grupos, se hablaba de que había que aceptar el hecho de que el feminismo había ganado y ellos debían adaptarse lo mejor posible. Sin embargo, pronto comenzó a hablarse de la "guerra del feminismo contra los hombres", y poco a poco se fue convirtiendo en un entorno donde afloraban los comentarios machistas.

En torno a las comunidades PUAs comenzó a formarse un importante negocio de márquetin en torno a cómo desarrollar técnicas para ligar mujeres. Se trataba de libros, cursos, y formación específica impartida por distintos gurús de la seducción, en un contexto del boom de los textos de autoayuda. Se publicaron libros de enorme éxito como *El Método* de Neil Strauss (2005), y canales web de muchísimos seguidores como el de David De Angelo. Mucho dinero se movió en torno a las "comunidades de seducción", al mismo tiempo que se desarrollaba un enorme desencanto por parte de los varones que ni con cursillos ni leyendo libros, conseguían ligar con mujeres en la vida real. La frustración y el odio tomaron forma en espacios virtuales denominados PUAHate, creados por varones indignados que se confesaban fracasados y furiosos contra aquellos otros hombres que les habían conseguido sacar su tiempo y dinero. Pero la lucidez y la racionalidad no son las características que dominan el diálogo de la mayoría de los hombres que componen estas comunidades que, como era de esperar, no dirigieron sólo sus insultos a aquellos que les habían estafado: los hombres exitosos en el mercado sexual que vendían su marca, sino que en la medida en la que aumentaba su frustración, se derramaba cada vez más su bilis sobre las mujeres, al considerarlas responsables de su fracaso sexual.

Al mismo tiempo, fueron creciendo otro tipo de grupos denominados MGTOW (*Men Going Their Own Way* -Hombres que siguen su propio camino) que se autodefinían como varones cansados y defraudados por las relaciones emocionales y físicas con las mujeres, y deciden vivir una vida al margen de ellas. No casarse, no emparejarse, no por deseo propio, sino porque las mujeres ya no cumplen con ninguno de los mandatos tradicionales de género. Y cómo no, muchos de ellos se han declarado firmes defensores del sistema prostitucional, que les garantiza tener sus necesidades sexuales cubiertas.

Por último, los '*incel*' (*involuntary celibates*), forman una de las comunidades que más interés han despertado en la investigación. Se trata de hombres que se declaran célibes involuntarios, o célibes a la fuerza, porque no tienen las cualidades que resultan atractivas a las mujeres en el mercado de las relaciones ya que, según ellos, a ellas sólo les interesan los hombres 'alfa', los individuos que son guapos, fuertes y simpáticos, al menos en la primera juventud. Cuando ellas pierden su atractivo a partir de los treinta o treinta y dos, buscarán hombres 'beta' o 'gamma', aquellos que no han sido atractivos, y se han centrado en prosperar en sus carreras y pueden convertirse en buenos padres de familia. En estos argumentos, vemos una vez más, como constantemente piensan sólo en claves patriarcales tradicionales y de competición capitalista.

Las comunidades *incel* muestran una gran misoginia, y entienden que existe un derecho natural masculino a tener sexo con las mujeres. Este grupo ha atraído la atención de los medios de comunicación porque varios perpetradores de asesinatos masivos se declararon como activos en este tipo redes, como fue la masacre de Isla Vista el año 2014 de California en la que fueron asesinadas cuatro personas; la masacre del Instituto Superior Umpqua de 2015 en Oregón, donde murieron nueve personas, o la ocurrida en 2018 en una céntrica calle de Toronto, en la que fueron asesinadas nueve personas, ocho de ellas mujeres. Son estas, sin duda, manifestaciones radicales y sangrientas de la frustración de muchos varones (en muchos casos muy jóvenes) que se sienten garantes de lo que ha representado la cultura occidental en cuanto a dominio de las otras culturas y la naturaleza y que, en el proceso de los últimos años, han sido agentes activos de la expansión de la ultraderecha en el mundo.

Según Ironwood, la cultura popular había ayudado de forma indirecta (y seguramente no prevista por sus creadores) a generar este imaginario de hombres heridos en su masculinidad con dos películas de gran éxito estrenadas ambas en 1999: *El Club de la Lucha* (1999) de David Fincher, que reconocía una masculinidad en crisis que se sublimaba en violencia organizada y *The Matrix* de las hermanas

Wachowski, en las que los protagonistas pertenecían una élite tecnológica y altamente conscientes de la degradación del mundo real. Estos individuos se consideran una "élite" porque se toman la 'red pill' como hace Neox en la película, frente a la 'blue pill', que te hace ver una realidad armónica y feliz. Muchos individuos que componen estos grupos se sienten elegidos, guardianes de un mundo que está llegando a su fin, y ante eso, hay que poner en funcionamiento los valores de la masculinidad tradicional.

Por último, como en los casos de matanzas indiscriminadas de jóvenes, ha habido otros fenómenos mediáticos que alcanzaron una gran visibilidad en prensa, y dieron protagonismo a estos grupos radicalizados. Por ejemplo, el conocido como caso 'Gamergate' dio la voz de alarma en 2014 al destapar un caso de misoginia en el entorno de los videojuegos. Consistió en una campaña de ciberacoso en contra de las pocas programadoras de videojuegos que existían en un mercado altamente masculinizado. Los programadores y jugadores en aquel momento eran varones que, de repente, se sintieron atacados laboralmente por las programadoras que toman relevancia en las redes como fueron Zoë Quinn y Brianna Wu. A través de plataformas como Reddit, 4chan, 8chan o Twitter, muchos hombres jalearon a otros para que comenzaran a insultar a estas mujeres con el ánimo de amedrentarlas y expulsarlas de este nuevo espacio laboral. Los insultos más usuales (puta, zorra, bollera…) fueron aderezados con amenazas de violación y muerte a ellas y a sus familias, haciendo públicos los domicilios y los hábitos cotidianos de estas personas. El proceso no se detuvo en las programadoras, ya que afectó a otras profesionales, como le ocurrió a la crítica cultural Anita Sarkeesian, que había iniciado una de las páginas de crítica de videojuegos más populares con el nombre de *Feminist Frequency*, en las que analizaba, los roles femeninos en los juegos más populares, señalando la cosificación y la violencia representada en ellos. Esta autora fue atacada sin piedad durante meses, y en alguna ocasión tuvo que dejar de asistir a alguna de las conferencias programadas en distintos foros, incluso académicos.

Como vemos, es mucha la diversidad de los grupos que constituyen la manosfera, pero podemos preguntarnos: ¿existe alguna tópica general que esté presente en todos estos espacios? Sin duda hay dos temas recurrentes: los debates sobre cuestiones sexuales, y la agresividad contra las mujeres en general, y con las feministas en particular. Se trata de espacios virtuales en los que los hombres hablan de los problemas que tienen por el hecho de ser hombres, en un mundo en el que los roles tradicionales de dominantes y protectores al mismo tiempo, ha desaparecido. Lo que es curioso es comprobar cómo la rivalidad entre ellos puede ser bastante grande, manifestada de forma a veces violenta. Estos hombres sienten

que el estilo de vida occidental se está derrumbando, y que estamos llegando al final de una cultura que ha sido triunfante durante dos mil años, y las culpables de esa decadencia son las feministas, pero también los gobiernos democráticos que han apoyado legalmente no sólo políticas de igualdad de las mujeres, sino que han atendido otro tipo de diversidades marcadas por la clase, la cultura, la etnia, etcétera.

La manosfera como fenómeno no ha parado de aumentar, y en estos momentos podemos afirmar que es uno de los pilares más importantes del triunfo de la ultraderecha en el mundo: la llegada al poder de políticos como Trump o Bolsonaro, el éxito del Brexit en Inglaterra, no podemos explicarlos sin la actuación de estos grupos en las redes. Recientemente se ha publicado el libro de Jacob Johanssen, *Fantasy, online misogyny and the Manosfere. Male bodies or dis/inhibixhion,* que intenta explicar este éxito aplicando categorías psicoanalíticas para entender el estado de ánimo de muchos hombres en el período contemporáneo. El libro es interesante porque parte de la explicación de que la misoginia ha sido y sigue siendo la estrategia que ha mantenido y sigue manteniendo la desigualdad en las sociedades donde legalmente las reivindicaciones feministas han ganado. El argumento que plantea es que la misoginia no es algo subjetivo e irracional, tampoco se trata de un estado mental de una persona, sino algo social. Pero ¿por qué determinados hombres se empeñan en mantenerla? El argumento de Johanssen es que muchos hombres se sienten atacados en su sexualidad, y formar parte de un movimiento de tipo fascista les da la posibilidad de construirse a partir de una identidad colectiva, al desarrollar un fuerte sentido de pertenencia. Estos hombres sienten que están del "lado bueno de la vida" porque según ellos son los únicos que actúan de forma responsable y justa al intentar detener el desastre cultural que se avecina. Esta mentalidad es altamente atractiva para aquellos hombres frustrados, que se sienten débiles e incompetentes frente a la sexualidad femenina.

La manosfera no es para nada un producto cultural nuevo. Durante siglos, muchos hombres han dedicado su energía creativa a darse consejos unos a otros para avisar de la congénita maldad femenina. Podríamos citar aquí una retahíla de filósofos, literatos o escritores que tuvieron a bien dedicar muchos textos a que sus colegas varones se librasen sobre todo del yugo amoroso (o sexual) que los ataba a ellas. Y no deja de ser significativa esta reentrada con tanta fuerza del fenómeno en el mundo virtual. Pero no es extraño, porque de esto va la misoginia: el odio a las mujeres. Un odio construido sobre el temor, el miedo y la desconfianza al cuerpo femenino, a su poder; un miedo que hay que conjurar de alguna forma: convirtiendo a las mujeres en brujas, pecadoras, malvadas y perversas. La ma-

nosfera reconoce que las mujeres ya no son las sometidas y dependientes, y por lo tanto hay que atacarlas para que vuelvan al lugar simbólico y real en el que el patriarcado las había situado. Y las armas utilizadas para conseguirlo son muchas y variadas: van desde el insulto y la apología de la violencia física, a las artimañas de cómo seducirlas. Esperemos que no alcancen nunca la fuerza suficiente que tuvieron los misóginos en épocas pasadas, como ocurrió a finales de la Edad Media, en un proceso vergonzoso cuando en Europa se quemaron miles de mujeres inocentes en las hogueras acusadas de brujería. ¿Dónde estaban los hombres de bien entonces? Deseamos que los de ahora tengan la lucidez de responder a esta barbarie.

Desde que a finales de los 80 cuando se abrió el primer espacio de masculinidad llamado alt.men en Yahoo, la manosfera ha crecido enormemente. Hoy hay cientos de sitios, de *youtubers* y de *gamers* que entretienen a nuestros hijos y mientras lo hacen, les hablan de lo peligroso que puede ser para ellos relacionarse con mujeres que van a aprovecharse de ellos. Algunos se atreverán a ir más lejos, y les hablarán además de la necesidad de recuperar la maravillosa ideología fascista que reconocía el valor de la fortaleza masculina, el valor de las élites y lo práctico que podría ser un mundo sin democracia, sin políticos, liderado por una sola persona que cuide del orden mundial, un orden sin luchas de clase o de género. Será un mundo donde el hombre-blanco recobrará el poder perdido, en el que las mujeres, pero también otras razas y etnias ocupe el lugar que le corresponde sin protestar.

Nos queda preguntarnos qué podemos hacer. No tenemos respuesta, pero creemos en la educación, en el diálogo, en el uso de los análisis racionales de la historia. Confiamos en que sigamos siendo personas más aficionadas a las historias, a la narratividad que a los memes y a los impactos mediáticos. Por eso queremos terminar esta reflexión con una cita de Byung-Chul Han de su libro *Infocracia* (pág. 86), porque sus ideas nos dan la posibilidad del establecimiento de las alianzas que necesitamos para sobrevivir a la barbarie:

> Las teorías de la conspiración prosperan especialmente en situaciones de crisis. Hoy no solo existe una crisis económica y pandémica, sino también una *crisis narrativa*. Los relatos crean sentido e identidad. Por eso, la crisis narrativa conduce a un vacío de sentido, a una crisis de identidad y a una falta de orientación. Las teorías de la conspiración como *microrrelatos* proporcionan aquí un remedio. Se asumen como *recursos de identidad y significado*. Por eso se extienden sobre todo en el campo de la derecha, donde la necesidad de identidad es muy pronunciada.

****

Nuestras siguientes líneas son de agradecimiento a las autoras y los autores que han participado en este libro, por colaborar con nosotras los resultados de sus investigaciones. *Misoginia online: la cultura de la manosfera en el contexto español* tiene el objetivo de constituir una obra de referencia porque aborda por primera vez cómo es, cómo funciona y cómo evoluciona la manosfera en el caso de España. A continuación, apuntamos los distintos capítulos que componen el contenido de este libro, reseñando brevemente los temas tratados y las conclusiones más originales esbozadas en ellos.

Las contribuciones recogidas en los primeros cuatro capítulos se dedican a analizar cómo se construye el antifeminismo, el rechazo a la igualdad o la misoginia, de manera organizada en el contexto digital español. En el primer capítulo, titulado: *¿Quién nos odia? Manosfera como el antifeminismo organizado en red hacia mujeres feministas influyentes,* de María Cruz Tornay Márquez, Joan Pedro Carañana y Graciela Padilla Castillo nos introducen en este nuevo espacio de internet denominado manosfera que acoge todas las formas de activismo digital de hostilidad contra las mujeres, constituyendo esa comunidad *online* que utiliza foros, *webs,* blogs y redes sociales para promover una agenda sexista y misógina. Específicamente, centran su investigación en cómo se crean y reproducen los discursos de odio contra mujeres feministas influyentes en España: quiénes los protagonizan, qué canales emplean (plataformas, redes sociales, páginas *web*), qué contenidos comparten y qué estrategias aplican para conseguir su objetivo.

Por su parte, Elisa García Mingo y Anita Fuentes, en el capítulo 2: *Las guerras meméticas de la manosfera: difundir el antifeminismo con memes,* aportan un análisis del papel de los memes en la difusión de los discursos antifeministas de las comunidades misóginas de la manosfera española. Estos discursos, "polinizados" a través de los memes, influyen en cómo percibe la sociedad española cuestiones fundamentales para la lucha por la igualdad de género como lo son las políticas públicas destinadas a la erradicación de la violencia de género o al reconocimiento de derechos para las personas LGTBIQ+.

Silvia Díaz Fernández y Sergio Tomás Forte, en el tercer capítulo, titulado: *Ecos misóginos digitales: analizando el contrapúblico antifeminista de YouTube* vuelven a poner de manifiesto cómo, si bien los beneficios del uso de las redes sociales para el feminismo contemporáneo están claros y son irrefutables, también lo es el papel fundamental que juegan los medios digitales en la producción y reproducción de odio contra las mujeres. Se trata de un fenómeno de 'misoginia popular' nacido como reacción, precisamente, a la vigorosa evolución y difusión del feminismo, al que, por su éxito, acusan de fenómeno mercantil ("industria feminista").

En este escenario, se explora la construcción de un contrapúblico antifeminista en la plataforma YouTube, y cuáles son las prácticas comunicativas que emplean tres *youtubers* españoles abiertamente antifeministas para difundir eficazmente sus discursos misóginos, desprestigiar el feminismo y movilizar a la población y unir fuerzas en la guerra cultural contra el feminismo.

Violencia intrafamiliar como pretexto para la deslegitimación de la violencia de género es el título del cuarto capítulo que aborda uno de los ejes centrales de los discursos de la manosfera: la negación de la existencia de la violencia de género y, en general, de toda la teoría de género, a la que catalogan despectivamente como "ideología" de género. Esta estrategia de deslegitimación de la violencia de género a través de la deslegitimación de su terminología está alimentada en todo el mundo por los partidos de derecha radical, que atizan en sus redes sociales estos discursos, y Alberto Monroy Trujillo así lo evidencia para el caso de Vox, en España.

Los cuatro capítulos siguientes constituyen un segundo bloque temático dedicado a investigar las subculturas que componen la manosfera española. En el capítulo quinto, titulado: *Cartografiando las subculturas de la manosfera española. Entre Forocoches y Burbuja.info,* Charo Lacalle estudia cuatro de esas comunidades: MRA (*Men's Rights Activists*), MGTOW (Men Going Their Own Way), *incels* y PUA (Pick-Up Artists) a partir del análisis de dos de los foros de internet que vienen a ser como la enciclopedia de la misoginia española. En sus conclusiones, la autora apunta que la urgencia por combatir la misoginia no puede obviar la comprensión de las carencias socio afectivas de muchos hombres y, por ello, las políticas públicas, los medios, las familias, la universidad deberían afrontar el desafío de identificarlas y ser capaces de contribuir a que se transformen en impulsos positivos y a la construcción de masculinidades positivas y no nocivas.

La idea de que para poder desmantelar la misoginia y el antifeminismo es imperativo poner el foco en las carencias socioafectivas de los hombres es también una de las principales conclusiones del trabajo de Elisa García Mingo y Laura González Sánchez en el sexto capítulo: *Activistas de los Derechos de los Hombres en España: ideólogos y víctimas arquetípicas de la manosfera.* Las autoras ponen de manifiesto la enorme eficacia de los Activistas de los Derechos de los Hombres para producir y diseminar en los espacios digitales un *conocimiento de género alternativo*, que es misógino y colaborativo y con un fuerte componente afectivo. Dentro de los MRA, encontramos, por un lado, a los padres que luchan por sus derechos de padres, y a los hombres que tienen como propósito desmontar el feminismo por el que se sienten oprimidos. A la vista de esta victimización, se concluye la necesidad de intensificar los esfuerzos analíticos para comprender cómo los MRA y, en general,

las comunidades de la manosfera reivindican esta condición de víctimas, con el fin de atinar a la hora de intervenir y concienciar a hombres jóvenes que resuenan con la narrativa de los "hombres heridos del feminismo".

En esta misma lógica de diagnóstico, el capítulo 7, *Una crítica feminista a la retórica económica del discurso incel* proporcion una mirada a la "incelosfera" desde la economía. Yanna G. Franco, Marisa Bordón Ojeda y Andrés Villena Oliver ponen el acento en que es el sistema capitalista neoliberal, y no el feminismo, el que ha dado lugar a este segmento de la sociedad especialmente perjudicado por las políticas neoliberales: hombres que antes pertenecían o hubieran pertenecido a la clase media y que ahora, en cambio, están materialmente peor que la generación anterior, y se consideran fracasados. Este trabajo analiza cómo la visión mercantilizada de las relaciones sexuales y románticas pretende conferir una cierta formalización o apariencia de sofisticación a su discurso misógino, tomando como base los postulados caducos de la Teoría de la Economía Sexual. Destaca este trabajo el peligro que supone la difusión del discurso *incel*, no ya como retroceso en las políticas de igualdad, sino para la propia democracia, en tanto que contribuye a alimentar el retroceso de las conquistas sociales del feminismo y se solapa con el discurso antifeminista de la extrema derecha.

El capítulo octavo se refiere también a la comunidad de los célibes involuntarios; *Los incels: un fenómeno misógino de la subcultura virtual que rearticula el discurso sobre la violencia sexual contra las mujeres*. Uno de los principales objetivos de este trabajo, consiste en determinar el perfil del usuario español que debate en internet sobre el fenómeno *incel*. Tania Brandariz Portela y Roxana Popelka Sosa Sánchez, empleando las herramientas de monitorización de redes sociales TalkWalker, Audiense Insights y Answer the Public, determinan que estos usuarios son hombres jóvenes que se corresponden con las generaciones *Millennial y Z*; también encuentran que la mayor parte de los comentarios analizados provienen de la Comunidad de Madrid, de donde deducen que este debate está ligado a la vida urbana. Analizan también los términos empleados en estos debates y, entre otros resultados, encuentran términos anglosajones que aún no se emplean en las comunidades *incel* españolas, como *Stacy* o *simpboy*, mientras otros sí están ampliamente extendidos (por ejemplo, *Chads* o *blackpill*), y también identifican términos específicamente españoles, como "pagafantas" o "aliades", ambos referidos despectivamente a los hombres que no odian a las mujeres.

El libro finaliza estudiando algunas de las iniciativas que confrontan la cultura de la manosfera, que buscan desmontar estos discursos y que también tienen su espacio en el mundo digital. En el capítulo 9, *Contranarrativas frente a la cultura*

de la manosfera. @nolesdescasito y otros movimientos para frenar el odio en redes, Jonattan Rodríguez Hernández y Eglée Ortega Fernández parten de la premisa de que los discursos misóginos de la manosfera no se pueden combatir eficazmente rebatiéndolos y por eso investigan las contranarrativas que se están desarrollando para reconquistar el espacio público con un discurso alternativo al empleado por los odiadores. Estas plataformas intentan descifrar los algoritmos de las redes sociales para, a partir de ahí, ofrecer una formación informal que proporcione estrategias para frenar y evitar la propagación del discurso misógino. Para ello, se construyen marcos discursivos alternativos, como las narrativas del amor, que difunden relatos a favor de la diversidad, la comunidad, la empatía, la justicia social o el conocimiento científico, que pretenden recuperar el espacio público que hoy ocupan los discursos de odio.

Por último, Víctor Gutiérrez-Sanz y Dunia Etura escriben sobre *Distopías poético-ficcionales frente al antifeminismo digital* en el capítulo décimo. Los movimientos antifeministas en internet también están presentes en la literatura contemporánea. A través del discurso poético-ficcional, son varias las escritoras y los escritores que han puesto el foco en esta realidad social mediante relatos distópicos que abordan, desde otro punto de vista, el pasado, el presente y un posible futuro de esta realidad social. Ya sea de manera directa o indirecta, queda claro que las nuevas distopías emergen como un aviso de los peligros a los que se enfrentan las conquistas feministas de las últimas décadas y, entre ellos, el antifeminismo digital en las redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilés, Al., Pecourt, J. (2021) "Antifeminismo y troleo de género en Twitter. Estudio de la subcultura trol a través de# STOPfeminazis." *Teknokultura* 18.1: 33-44.

Andrade, B. L. R. (2021). A culpa é delas. *RIBPSI-Revista Iberoamericana de Psicologia*, 2.1: 48-68.

Bonet i Martí, J. (2021). Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales* 18.1: 61-71.

García Marín, Jorge (2021) "La manosfera y las subculturas supremacistas masculinas." *Moldear Hombres: Juventud y representación de las masculinidades en la sociedad actual*. Icaria, 2021.

Herrera, M. Z. (2022). Retóricas del meme masculinista. Universidad digital y antifeminismo en tiempos de pandemia. *Mitologías hoy: Revista de pensamiento, crítica y estudios literarios latinoamericanos.* 25: 68-90.

Ironwood, I. (2013), *The Manosphere! Game, and the Internet are revalorizing masculinity for the 21st Century!* Red Pill Press.

Isla-Joulain, G. (2020). Célibes involuntarios ¿Terroristas?. *Revista de Derecho Penal y Criminología*, 24: 193-244.

Johanssen, Jacob, *Fantasy, Online Misogyny and the Manosphere. Male bodies of dis/inhibition*, Routledge, London & New York, 2022.

Mingo, Elisa García, Silvia Fernández Díaz, and Sergio Tomás Forte. (2022) "(Re) configurando el imaginario sobre la violencia sexual desde el antifeminismo: el trabajo ideológico de la manosfera española." *Política y sociedad* 59.1: 4

Pavón Pérez, Á. (2021). *Text analytic approaches for analysing information sharing in radicalised manosphere communities* (Doctoral dissertation, ETSI_Informatica).

Proyecto Una (2019). *Leia, Rihanna y Trump. De cómo el feminismo ha transformado la cultura pop y de cómo el machismo reacciona con terror*. Proyecto Una (Aut.). Barcelona, Descontrol Editorial.

Capítulo 1

¿Quién nos odia? Manosfera como el antifeminismo organizado en red hacia mujeres feministas influyentes

María Cruz Tornay Márquez
Universidad Nebrija
mtornay@nebrija.es

Joan Pedro Carañana
Universidad Complutense de Madrid
joan.pedro@ucm.es

Graciela Padilla Castillo
Universidad Complutense de Madrid
gracielp@ucm.es

1. INTRODUCCIÓN

La investigación feminista ha advertido que internet, que en principio iba a permitir posicionar los discursos de las mujeres en la esfera pública, se ha convertido en un nuevo espacio de violencia machista, acoso, insultos y amenazas: es la denominada manosfera. Este neologismo acoge todas las formas de activismo digital especialmente tóxico, creado por varones con virulento antifeminismo y misoginia (Ging, Lynn y Rosati, 2019). La comunidad *online* de la manosfera utiliza foros, webs, blogs y redes sociales para promover una agenda sexista y misógina (Cannito y Mercuri, 2021). Las claves de su activismo digital son, esencialmente, acosar a las mujeres y promover un discurso donde el feminismo supone una amenaza para los hombres (Hopton y Langer, 2021). Esas dos claves contienen numerosas estrategias, muy básicas pero efectivas y potencialmente peligrosas: cooptación de los discursos de opresión, nombramiento del poder y desautorización por desagregación (Hopton y Langer, 2021). Los hombres son presentados como víctimas y las mujeres aparecen como victimarias.

El problema es que esa manosfera no se queda solamente en la web 2.0. Esos discursos de odio generalizado hacia las mujeres traspasan las pantallas de los dispositivos digitales, modificando el imaginario colectivo. Los medios *online* cumplen

así un papel clave en la difusión y amplificación de los discursos misóginos que debe ser corregido. Sin embargo, ello no debe conducir a posiciones tecno-céntricas ni tecno-distópicas. Los estudios y el periodismo para la paz recuerdan que la violencia cultural ejercida a través de dispositivos digitales se relaciona con otras formas de violencia (Galtung, 2004). Desde este punto de vista, los discursos de odio en internet se interrelacionan con la violencia estructural (desigualdad entre géneros, machismo, patriarcado) y la violencia directa (agresiones no mediadas, presenciales, físicas, a personas u objetos). El machismo y el odio hacia las mujeres y el feminismo que existen en la sociedad se reflejan y amplifican algorítmicamente en discursos de odio *online*, que justifican y reproducen por medios digitales la violencia estructural. Estos discursos también fomentan y pueden conducir a ataques cara a cara.

Asimismo, internet y las redes sociales han cobrado indudable relevancia como espacios de interacción y socialización (Choi y Noh, 2020; Festl, 2021). Durante y después de la pandemia de la COVID-19, han multiplicado exponencialmente el número de usuarios, superando a la interacción personal (no mediada) como principal forma de contacto y relación con el mundo (Horner et al., 2021; Caldevilla, Barrientos y Padilla, 2021; Serpas e Ignacio, 2021). Los principales estudios realizados durante 2020 y 2021 señalaron un aumento sin precedentes en el uso de las redes sociales y en el número de usuarios que las utilizan (We Are Social y Hoosuite, 2022).

En 2022, la población digital pasa 6 horas y 58 minutos diarios conectada a internet (We Are Social y Hootsuite, 2022). De ese tiempo, 3 horas y 20 minutos se dedican al consumo de contenidos televisivos en *streaming*; 2 horas y 27 minutos se reservan a las redes sociales; y otras 2 horas se dedican a la lectura de prensa y noticias. La escucha de música en *streaming* ocupa 1 hora y 33 minutos; la escucha de radio en *streaming*, 1 hora y 1 minuto; la escucha de *podcasts*, 55 minutos; y los videojuegos, 1 hora y 12 minutos (We Are Social y Hootsuite, 2022). De acuerdo a estos datos, la sociedad global tendería a informarse de un tema, durante mucho más tiempo, en las redes sociales antes que en los medios tradicionales (Segura, Paniagua y Fernández, 2020; Padilla-Castillo, 2021).

En este contexto, consolidado meses después del desconfinamiento, se hace imprescindible el estudio del discurso de odio en las redes sociales y más concretamente, las características y consecuencias de esa manosfera. Las investigaciones al respecto han aumentado sustancialmente, con conclusiones comunes muy preocupantes: el confinamiento y después, las medidas de distancia social, han po-

tenciado el odio y la polarización en las redes (El-Awaisi et al. 2020; Nemes y Kiss, 2021). Este discurso de odio acentuado incluye motivos de género, de raza (Wong, 2021), de religión (Vidgen y Yasseri, 2020; Mincheva, 2021), de diversidad funcional (Sarkar, 2021) y de opción sexual.

En esa toxicidad aparecen la violencia patriarcal, el sexismo y el acoso *online*. La primera cuenta con una tradición amplia, especialmente trabajada en países donde la igualdad de género offline no siempre es una realidad (Poell, 2020; Wang, 2021). El sexismo en la Red cuenta con una vasta tradición de trabajos muy necesarios y cercanos al problema que aquí se investiga. Ese sexismo, por tener en cuenta las áreas más afines a esta investigación, se realiza precisamente contra mujeres comunicadoras (Blumell, 2020; Daniels, 2021); mujeres políticas (Jennings y Coker, 2020; Beauregard, 2021); y mujeres de profesiones tradicionalmente pensadas como exclusivas de los varones.

No obstante, en el seno del feminismo hay debate sobre las posibilidades de la comunicación *online* para promover la igualdad de género, con algunas posiciones tendientes al tecno-utopismo, siguiendo la estela de Donna Haraway (1995), y otras miradas más críticas como la de Judy Wajcman (2006), que aunque reconocen las posibilidades de las tecnologías, señalan también sus limitaciones y las posibilidades que ofrecen para el machismo.

Siguiendo esa mirada crítica de Haraway (1995), en este capítulo se investiga cómo se crea y reproduce la manosfera hacia mujeres feministas influyentes en España y con qué características. Para ello, el trabajo se centra en los emisores (quién) de los discursos de odio en internet, los canales utilizados (plataformas, redes sociales, páginas webs), los contenidos compartidos y las estrategias puestas en práctica. Se pretende responder a las preguntas de quién, qué, en qué medio y cómo se difunde la violencia comunicativa *online* hacia las mujeres. Para conseguirlo se ha entrevistado en profundidad a diez activistas feministas españolas, con un perfil público, para analizar el papel de la manosfera en la articulación de campañas de actores concretos contra estas activistas, la impunidad y permisividad de las plataformas y el contenido estratégico del discurso misógino.

Tomando en consideración estas relaciones, se analiza la conformación de la manosfera en el contexto español a partir de los testimonios de las entrevistadas. A continuación, indicamos sus nombres, pues todas ellas dieron su consentimiento para revelar su identidad, grabar su testimonio, y utilizarlo con fines académicos y divulgativos:

Nombre	Perfil
Pamela Palenciano	Comunicadora y actriz. Creadora de "No solo duelen los golpes"
Coral Herrera	Escritora y creadora del Laboratorio del Amor
June Fernández	Periodista, fundadora de *Pikara Magazine*
Marta Trivi	Periodista en AnaitGames
Desirée Bela-Lobedde	Escritora y activista antirracista
Irantzu Varela	Periodista, creadora de Faktoría Lila
Zúa Méndez	Comunicadora, actriz y creadora de Towanda Rebels
Teresa Lozano	Comunicadora, actriz y creadora de Towanda Rebels
Pastora Filigrana	Abogada y sindicalista gitana
Tavi Gallart	Artista trans

Tabla 1: Mujeres entrevistadas (elaboración propia).

2. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

En los testimonios de las mujeres entrevistadas se observan diversos canales de los que parten los ataques, que reciben de manera directa, y entre los que se identifican diferentes estrategias de actuación con un objetivo común de disciplinamiento en distinto grado. Las fuentes señaladas por las activistas se han categorizado de acuerdo al tipo de medio del que parte el ataque, pudiendo identificar tres focos: redes sociales, perfiles personales de *influencers* (*youtubers* y tuiteros) y medios digitales (páginas *web*, foros y grupos organizados).

Redes sociales	
	Twitter
	YouTube
	Facebook
Perfiles de *influencers* (*youtubers* y tuiteros)	
	Roma Gallardo
	Un Tío Blanco Hetero
	El Xokas

Medios digitales (páginas web, foros y grupos organizados)	
	Forocoches.com
	Burbuja.info
	SOS Papá - Asociación Pro Derechos del Niño
	Unga Unga Army

Tabla 2: Fuentes señaladas por las entrevistadas (elaboración propia).

2.1. Redes sociales

Todos los testimonios concuerdan en identificar las redes sociales con mayor número de usuarios como foco de emisión de ataques e insultos. Son los casos de Twitter, YouTube y Facebook. Twitter es percibida de manera coincidente como la red en la que se produce más violencia y ruido; seguida de YouTube, plataforma señalada por varias de las entrevistadas como aquella en la que experimentaron por primera vez la violencia digital, en este caso, a través de comentarios a sus vídeos; y Facebook es vista como un espacio que facilita un mayor diálogo, pero en el que prevalecen los mensajes agresivos publicados como respuesta a los contenidos de las activistas. Instagram escaparía del escenario en el que se desenvuelve la violencia *online* y es considerada como una plataforma amable, con escasa acción e interacción masculina.

El análisis de los testimonios y la categorización de los canales de los que parten las agresiones permiten comprender la función de estas plataformas en la articulación de los discursos antifeministas en la manosfera. Todas las entrevistadas narran episodios concretos de ataques a través Twitter, que hacen posible la identificación de tres tipos de contenidos en función de su origen y efectos:

1) Ataques a través de respuestas a las publicaciones realizadas por las activistas. Proceden de perfiles públicos o anónimos que tienen por objetivo el menosprecio de las activistas de manera pública con insultos, ataques y amenazas (cosificación, sexualización, violencia sexual) y respuestas que las desacreditan profesional e intelectualmente, o que persiguen crear ruido en su comunidad. En muy pocas excepciones, el contenido de los mensajes pretende la discusión sostenida en argumentos.

2) Ataques *bola de nieve*. Se identifican en esta categoría aquellas publicaciones sobre un tema de actualidad que involucra a la activista y que se convierten en tendencia en una determinada comunidad. El calificativo

de *bola de nieve* ilustra el proceso por el que las mujeres entrevistadas se convierten en protagonistas no deseadas del debate: una de sus publicaciones recibe una respuesta en tono agresivo, gana visibilidad a través de las reacciones, involucra a nuevos perfiles que opinan sobre el asunto y termina convirtiéndose en un tema destacado con cientos o miles de comentarios. Es en estos casos donde se observa el liderazgo de tuiteros y *youtubers* antifeministas en sus comunidades, ya que sus seguidores (incluso desconociendo a la figura objeto del ataque) colaboran en la visibilidad del contenido agresivo mediante la interacción. Este tipo de situaciones han sido observadas como episodios de alta agresividad y violencia, fuente de estrés y ansiedad derivadas del *online shaming* al que son sometidas las protagonistas; y que tienen por objeto el cuestionamiento de su actividad profesional y compromiso. De manera coincidente, Desireé Bela y Marta Trivi expresaron situaciones similares de episodios de *bola de nieve* desencadenados por su participación en eventos y la publicación de información falsa relacionada con sus honorarios.

3) Ataques, amenazas y violencia extrema. En este grupo se incluyen mensajes que infringen las normas comunitarias de la plataforma o que llegan a ser objeto de denuncia penal. Algunos de ellos se refieren a amenazas de muerte, violencia sexual, hostigamiento, intimidación y, también, a la publicación de información personal que pone en riesgo la seguridad de las activistas y de su entorno. Es pertinente mencionar la frustrante percepción de impunidad que envuelve a estos ataques, incluso aquellos que se producen desde perfiles no anónimos, que permiten la identificación del usuario. En las experiencias de las entrevistadas se repite la ausencia de respuesta por parte de las plataformas que, a menudo, subestiman la gravedad de los ataques, niegan el incumplimiento de normas por parte de los agresores o actúan de manera indolente en su respuesta. Como ejemplo de lo mencionado, la periodista Irantzu Varela tuvo que solicitar, en varias ocasiones, a Twitter la supresión de comentarios que hicieron públicos su número de teléfono móvil, su número de DNI y la matrícula de su vehículo hasta que logró, varias semanas después, que la plataforma retirara el contenido denunciado.

2.2. Perfiles de youtubers y tuiteros

En este apartado se presenta una descripción de *youtubers* y tuiteros que han sido identificados por las entrevistadas como perfiles desde los que se lanzan ata-

ques o que colaboran a potenciar el clima de misoginia y antifeminismo en redes sociales. Se trata de los perfiles de Roma Gallardo, Un Tío Blanco Hetero y El Xokas, que acumulan el número de suscriptores o seguidores que se detalla a continuación (al cierre de este trabajo):

	YouTube	Twitter	Instagram	Twitch
Roma Gallardo	1,66 M	138.100	429.000	107.594
Un Tío Blanco Hetero	412.000	---	---	---
El Xokas	1,6 M	962.800	991.000	2,9 M

Tabla 3: Perfiles identificados por las entrevistadas (elaboración propia).

Un análisis sucinto de sus redes sociales permite reconocer al *youtuber* Roma Gallardo como el *influencer* que en mayor medida participa y colabora a la creación de una narrativa antifeminista en red. Los seis vídeos más populares de su canal de YouTube comparten la crítica al feminismo y a la igualdad. Mediante entrevistas en la calle, el *youtuber* trata de ridiculizar y manipular los argumentos de las mujeres que se posicionan en contra del machismo. Solo estos seis vídeos acumulan 28,6 millones de visualizaciones. En otras ocasiones, toma como referencia vídeos de feministas para insultar, humillar y hacer un señalamiento público entre su comunidad de seguidores. Este fue el caso del ataque a la feminista Sindy Takanashi quien, encontrándose en un avanzado estado de gestación, vio cómo Roma Gallardo utilizaba un vídeo suyo en contra de la prostitución para insultarla en Twitch.

Fruto de las narrativas *transmedia*, el autor tiene presencia en todas las redes identificadas a las que traslada su discurso misógino. El 4 de marzo de 2022, compartía en su cuenta de Twitter el anuncio de la campaña #WeCallItIgualdad, publicado en la cuenta de la ministra de Igualdad, Irene Montero. El retuit de @roma_gallardo incluía el siguiente comentario:

> Quieren crear un mundo sin identidad de hombre. Quiere manginas afeminados no sé por qué... porque es curioso que después muchas de estas nazis se enchufen un dildo como la pata de un caballo y quieran a un machuno opresor dándoles como si fueran a extinguirse.

En una línea similar, aunque con menos seguidores, se sitúa el canal de YouTube de Un Tío Blanco Hetero (@UTBH), alias utilizado por Sergio Candanedo. En su vídeo de presentación, el *youtuber* oculta su rostro tras una máscara blanca y unas

gafas de sol para explicar la elección de su alias como una crítica a las corrientes identitarias de pensamiento. Tal y como expresa en su descripción: "En este vídeo explico por qué soy quién soy y por qué he decidido usar tres rasgos de identidad superfluos para definirme en YouTube y en las redes sociales y cómo opino que sectores de la izquierda están coqueteando con peligrosas y autoritarias ideologías identitarias".

El autor utiliza en su canal de YouTube estrategias similares a las vistas anteriormente: tomar como referencia el contenido publicado por *influencers* para someterlo a escrutinio, utilizando la ironía y la ridiculización, y rebatir el razonamiento feminista con argumentos débiles, pero sostenidos, en una retórica de aparente firmeza y sentido común. Esta estrategia recurrente fue utilizada con Towanda Rebels —entrevistadas en esta investigación—, conocidas a raíz del vídeo #HolaPutero.

En este caso, @UTBH publica el vídeo titulado "Tenemos que hablar de las Towanda Rebels", a las que presenta como "2 feministas radicales putófobas y abolicionistas que se dedican a crear un discurso del odio hacia la industria del sexo en general y las #prostitutas y los #puteros en particular". El vídeo, publicado el 10 de julio de 2018, acumula 394.000 visualizaciones, todavía bastante por debajo de sus vídeos más vistos: la grabación de un debate sobre feminismo con Clara Serra (932.755) y el vídeo titulado "Micromachismos y microgilipolleces" (838.000).

El perfil de @UTBH no está registrado en otras redes sociales en el momento del cierre de esta investigación, pero sí es posible seguir a Sergio Candanedo como columnista de opinión de Vozpópuli.com, donde publicó, entre otros artículos, "Las denuncias falsas no existen, #JesuisCharo o Xenofobia de género: pensad que somos negros".

La cuenta de El Xokas pertenece a Jesús Domínguez, *influencer* con gran número de seguidores en las redes sociales identificadas, donde suma más de 6 millones de *followers*. A diferencia de los anteriores, las cuentas de @elxokas divulgan contenidos de entretenimiento y no se han encontrado publicaciones específicas relacionadas con el feminismo. Aunque, en la semana del 11 de abril de 2022, el autor se convirtió en actualidad informativa por bromear sobre el abuso hacia chicas en estado de embriaguez. En el contexto de la investigación sobre violencia digital, el *streamer* fue señalado por su participación en uno de los episodios de *online shaming* vivido por la periodista especializada en videojuegos Marta Trivi, a la que acusó de falta de profesionalidad, justificando su presencia en medios por el hecho de ser mujer. En este caso, el comentario de @elxokas actuó como desen-

cadenante de la *bola de nieve* que produjo el episodio de violencia *online* sufrido por la *influencer*.

2.3. Medios digitales

En este apartado se identifican aquellos canales que actúan como espacios de misoginia y retroalimentación de los discursos de odio hacia las mujeres. Se entiende que son más de los que aquí se mencionan, pero para este trabajo se presentan solamente aquellos que fueron referidos por las activistas entrevistadas y entre los que se distinguen páginas webs de foros y grupos organizados con presencia en redes sociales, vinculados a la extrema derecha.

En relación a las páginas web, Forocoches.com y Burbuja.info son dos foros destacados por los contenidos misóginos lanzados por sus suscriptores. Aunque sean foros temáticos ajenos al feminismo es fácil encontrar, en cualquiera de sus canales, publicaciones que atacan y humillan a mujeres con insultos y expresiones vulgares, cosificadoras y sexualizantes. Las características de los foros no permiten el envío de mensajes directos, pero sí actúan como espacios de interacción desde los que se han trazado estrategias de ataques. Por ejemplo, la denuncia de cuentas de activistas o acciones para *tumbar* sus páginas web. Las entrevistadas reconocieron no prestar demasiada atención a lo que de ellas se habla en estos foros, ya que estos mensajes quedan en la comunidad de seguidores. Sin embargo, sí es pertinente mencionar la crueldad, brutalidad y ensañamiento que se manifiestan en los comentarios publicados, en su mayoría, desde cuentas anónimas.

Otros espacios que tienen en el punto de mira a las activistas entrevistadas son grupos organizados señalados como emisores de ataques. Se trata de SOS Papá - Asociación Pro Derechos del Niño, destacada por Pamela Palenciano como consecuencia de su apoyo a Juana Rivas. El grupo de defensa de la custodia compartida tiene una presencia activa en Twitter y Facebook, espacios que utiliza para, entre otros, compartir publicaciones de perfiles vinculados a Vox, información sobre denuncias falsas y dar seguimiento al caso de Juana Rivas.

Entre los grupos organizados también se encuentra Unga Unga Army, identificado por la periodista Ter García, en el periódico *online* elsaltodiario.com, como "el ejército digital de la derecha antifeminista". El colectivo tiene presencia, aunque con escaso número de seguidores, en Twitter (1805), Facebook (565) y Telegram (236), lo que no le impide una alta eficacia, logrando la denuncia y el cierre de cuentas de feministas en Twitter.

Finalmente, se hace referencia en este apartado a otras estrategias recurrentes de acoso hacia las activistas que, en este caso, se producen en WhatsApp. Irantzu Varela y Pamela Palenciano han sufrido esta forma de violencia, considerada como un entretenimiento para sus agresores. Consiste en su inclusión en grupos de WhatsApp mediante el número de teléfono personal que, como *freelances*, suele ser accesible. En el tiempo que permanecen en el grupo, las mujeres entrevistadas reciben insultos, imágenes pornográficas, fotografías de carácter sexual y otro tipo de humillaciones. Como comentó Irantzu Varela, lo más increíble de estos casos es la impunidad y la naturalización de la violencia que subyace, ya que todos los miembros de estos grupos son identificables a través de sus números de teléfono. Sin embargo, este detalle no les disuade de participar en esta forma de hostigamiento.

3. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

3.1. Sobre los emisores (quién)

El estudio de los emisores de los mensajes de odio, los canales utilizados, las características de los mensajes y las estrategias puestas en práctica han permitido profundizar en la articulación del antifeminismo en el ámbito digital y en los efectos de la difusión de los discursos de odio contra las mujeres. En relación a los emisores, se destaca el liderazgo de perfiles con millones de *followers* con influencia en un público joven y capacidad para activar y convertir en tendencia los ataques y humillaciones hacia mujeres activistas.

Es necesario alertar de la influencia de estos perfiles entre su comunidad de seguidores, que aplauden el tono ofensivo y el desprecio con el que personajes de gran popularidad se dirigen a las mujeres, convirtiendo los ataques en fuente de entretenimiento y, también, de rentabilidad económica. En tanto creadores de contenidos, los ingresos de un *youtuber* se contabilizan a partir del número de seguidores de su canal y las visitas que reciben sus vídeos. Es sabido que la controversia y el conflicto (*beef* en la terminología de las redes) impulsan la viralización de los contenidos. Por ello no sería arriesgado concluir que la ridiculización y humillación a las mujeres se produce, además, como estrategia de monetización por parte de los emisores.

El ataque dirigido de manera específica a mujeres activistas, en este caso, las entrevistadas, es entendido por ellas mismas como un ataque simbólico al feminismo en su conjunto, en un contexto de visibilización del movimiento en calles e institu-

ciones. Las mujeres con notoriedad pública actuarían como *diana* hacia la que canalizar el discurso victimista y la percepción de pérdida de derechos —privilegios— por parte de grupos amparados por el anonimato o, como se vio, por la impunidad.

3.2. Sobre los canales (cómo)

Los resultados muestran que las tecnologías y las empresas propietarias de los espacios digitales desempeñan un papel relevante. La manosfera está conformada por un conjunto de medios digitales que reflejan y amplifican algorítmicamente la violencia estructural presente en la sociedad e incitan a la violencia física. Pero no todos los medios son iguales. Cabe preguntarse por las características de los canales donde más presente está el odio y aquellos donde menos.

Algunas de las características compartidas que favorecen un uso violento son la instantaneidad, la espontaneidad, la facilidad de acceso, el tamaño de la audiencia y el posible anonimato de los creadores (Brown, 2018). El cambio fundamental que presentan es que la recepción de los discursos de odio se ha ampliado espacial y temporalmente respecto a los discursos de odio offline (Brown, 2018). El *target* ya no está a salvo a ninguna hora del día, ni siquiera en su casa, en sus espacios de ocio, ni en su trabajo. También coinciden estos medios en que sus algoritmos favorecen la amplificación de la comunicación violenta y las medidas y controles de las empresas contra el odio machista son mínimos.

Respecto a las diferencias, se ha observado que existe una jerarquía en función del nivel de politización, pero también de otros factores interrelacionados como las posibilidades para el diálogo y las facilidades para la empatía. La red social Twitter, seguida de foros como Forocoches.com, la plataforma YouTube y la red social Facebook, son los canales que más violencia contienen; mientras que Instagram, por ahora, es la red más amable.

Twitter es la red social más politizada, seguida de Facebook, mientras que Instagram es la más despolitizada. La politización es muy notoria en Forocoches.com, un canal de odio machista hegemonizado por las ideologías de derecha y extrema derecha. Aunque YouTube está menos politizada en términos generales, es un instrumento clave en la manosfera. Se puede concluir entonces que el grado de politización explica la jerarquía de medios utilizados, pero especialmente el grado de politización machista.

Respecto a las posibilidades de diálogo, Twitter se basa en la emisión de mensajes cortos que persiguen la popularidad. La argumentación y la construcción de

pensamiento en comunidad tienen poca cabida. Sin embargo, cabe señalar que la posibilidad de compartir textos más extensos y tener un diálogo mayor también se instrumentalizan para la comunicación violenta, como en Facebook y Forocoches.com. En Instagram, con posibilidades mixtas para el diálogo, las activistas interactúan escasamente con hombres y se podría entender que las posibilidades interactivas pueden ejercer de freno frente al odio, pero también pueden ser y son utilizadas para *trollear* y agredir.

Por último, hay que considerar si los medios favorecen o dificultan la empatía. Es difícil disponer de información de la persona que está detrás de un perfil de Twitter; a diferencia, por ejemplo, de Facebook e Instagram, donde se exponen elementos que permiten conocer a la persona y, por tanto, empatizar, si bien el grado de violencia en estas dos redes es muy diferente. Podemos concluir a este respecto que, aunque las posibilidades de empatizar no aseguran la empatía, es más fácil odiar a quien no se conoce, es decir, odiar al *otro*.

3.3. Sobre los contenidos y las estrategias

En cuanto a los contenidos de los discursos de odio, estos se fundamentan en el insulto y la amenaza, a menudo recurriendo a la sexualización. La personalización de los mensajes observada forma parte de una tendencia cada vez más evidente de las manifestaciones de odio en las redes sociales (Losada-Díaz et al., 2021).

La estrategia principal es intimidar y atemorizar para lograr la retirada pública e invisibilización de las activistas. Otra estrategia fundamental es desacreditar a las feministas tanto personal como profesionalmente. Por último, los productores de odio tratan de provocar vergüenza en las agredidas, influyendo sobre su identidad para silenciarlas. Se trata de atacar la dignidad de la mujer concreta con el fin de lograr su eliminación simbólica, una estrategia violenta que se emplea comúnmente contra grupos minorizados (Caballero y Rincón, 2013).

4. PERSPECTIVAS Y PROSPECTIVAS

El papel de internet y, en particular, de las redes sociales como agentes socializadores puede llevar a la perpetuación de estas formas de violencia de la manosfera, tanto por la naturalización de las creencias que los sustentan entre la comunidad usuaria, como por la proyección de estos sesgos en las redes y en la vida real. La normalización del discurso del odio machista, en su contenido (sexismo,

misoginia) y en su manifestación (dobles de odio), constituye un atentado contra la esencia misma de las sociedades democráticas e igualitarias. Siendo así, hablar de igualdad real, cuando existe una manosfera tan violenta, supone una utopía lejana de la realidad, como se ha podido comprobar por la multitud de cuentas misóginas y sus millones de seguidores.

Asimismo, se unen al problema principal dos cuestiones que perpetúan directa e indirectamente la manosfera: la benevolencia de las redes sociales y la ausencia de alfabetización mediática de los usuarios. En el caso de las primeras, en pro de una supuesta libertad de expresión internacional, fijan normas comunitarias o deontológicas que permiten el insulto, el comentario negativo o el odio. Al operar en tantos países, muchas veces las empresas propietarias de esas redes se amparan en la desigualdad legislativa de los estados donde operan o simplemente, en el supuesto respeto a distintas culturas, idiosincrasias y formas de expresión. En el caso de los segundos, que no detectan ni denuncian la misoginia digital, se erige una peligrosa mutación de valores o construcción desigualitaria de los mismos, que ocurre en todos los géneros y en todas las edades. Esos usuarios atribuyen credibilidad, poco a poco, a esos contenidos publicados y accesibles, más todavía cuando las redes sociales no los condenan, ni los cancelan. En este territorio sin castigos, lo anormal se convierte en normal y como se comentaba en las primeras líneas, amenaza con traspasar las pantallas y efectivamente, las traspasa.

La mediación digital amplifica entonces el problema social del machismo. Una variedad de canales en foros, sitios web, blogs y redes sociales, ofrece un ambiente propicio para unos usos sociales de la tecnología de carácter violento, que pueden desembocar en violencia física hacia las mujeres. Desde el punto de vista de los estudios para la paz, la posibilidad de trascender el problema depende de la capacidad de actuar en todas las dimensiones de la violencia. Se requiere, por tanto, re-culturizar la comunicación hacia la no violencia y rediseñar el funcionamiento de los diferentes medios, idealmente transformando la estructura de propiedad de internet. También es imprescindible resolver o reestructurar el problema de la desigualdad de poder y machismo subyacente en la sociedad. Por último, una resolución completa del conflicto implicaría la rehabilitación por el daño producido y la reducción y eventual erradicación de la violencia de género.

5. FINANCIACIÓN

Esta investigación forma parte de los proyectos de investigación I+D+i «Sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y aplicación de indicadores

(SOSCOM)» (PID2020-113011RB-I00), «Problemas públicos y controversias: diversidad y participación en la esfera mediática» (CSO2017-82109-R) y «La contemporaneidad clásica y su dislocación: de Weber a Foucault» (PID2020-113413RB-C31).

6. BIBLIOGRAFÍA

Beauregard, K. (2021). "Sexism and the Australian voter: how sexist attitudes influenced vote choice in the 2019 federal election", *Australian Journal of Political Science*, *56*(3), pp. 1-20. Disponible en: https://doi.org/10.1080/10361146.2021.1971834

Blumell, L. E. (2020). "Bro, foe, or ally? Measuring ambivalent sexism in political *online* reporters", *Feminist Media Studies*, *20*(1), pp. 53-69. Disponible en: https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1546211

Brown, A. (2018). "What is so special about online (as compared to offline) hate speech?", *Ethnicities*, *18*(3), pp. 297-326. Disponible en: https://doi.org/10.1177/1468796817709846

Caballero, M. A. y Rincón, J. C. (2013). "De las víctimas invisibles a las víctimas dignificadas: los retos del enfoque diferencial para la población LGBTI en la Ley de víctimas", *Revista de Derecho público*, (31), pp. 1-31. Disponible en: http://dx.doi.org/10.15425/redepub.31.2013.12

Caldevilla-Domínguez, D.; Barrientos-Báez, A. y Padilla-Castillo, G. (2021). "Twitter as a Tool for Citizen Education and Sustainable Cities after COVID-19", *Sustainability*, (13), 3514. Disponible en: https://doi.org/10.3390/su13063514

Cannito, M. y Mercuri, E. (2021). "Fatherhood and gender relations in the manosphere: Exploring an Italian non-resident fathers' online forum", *European Journal of Cultural Studies*, *online*. Disponible en: https://doi.org/10.1177/13675494211036967

Choi, D.-H. y Noh, G.-Y. (2020). "The influence of social media use on attitude toward suicide through psychological well-being, social isolation, and social support", *Information, Communication & Society*, *23*(10), pp. 1427-1443. Disponible en: https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1574860

Daniels, G. (2021). "Glass Ceilings: cybermisogyny is a sign of unchecked sexism in media and newsrooms", *Agenda*, *35*(2), pp. 123-135. Disponible en: https://doi.org/10.1080/10130950.2021.1917296

El-Awaisi, A.; O'Carroll, V.; Koraysh, S.; Koummich, S. y Huber, M. (2020). "Perceptions of who is in the healthcare team? A content analysis of social media posts during COVID-19 pandemic", *Journal of Interprofessional Care*, *34*(5), pp. 622-632. Disponible en: https://doi.org/10.1080/13561820.2020.1819779

Festl, R. (2021). "Social media literacy & adolescent social online behavior in Germany", *Journal of Children and Media*, *15*(2), pp. 249-271. Disponible en: https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1770110

Fischer, A.; Halperin, E.; Canetti, D. y Jasini, A. (2018). "Why We Hate", *Emotion Review*, *10*(4), 309-320. Disponible en: https://doi.org/10.1177/1754073917751229

Galtung, J. (2004). "Violence, War, and Their Impact on Visible and Invisible Effects of Violence", *Polylog*, *5*. Disponible en: https://bit.ly/3nSamoi

Ging, D.; Lynn, T. y Rosati, P. (2020). "Neologising misogyny: Urban Dictionary's folksonomies of sexual abuse", *New Media & Society*, *22*(5), pp. 838-856. Disponible en: https://doi.org/10.1177/1461444819870306

Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinvención de la naturaleza*. Madrid, España: Cátedra.

Hopton, K. y Langer, S. (2022). "Kick the XX out of your life: An analysis of the manosphere's discursive constructions of gender on Twitter", *Feminism & Psychology*, *32*(1), pp. 3-22. Disponible en: https://doi.org/10.1177/09593535211033461

Horner, D. E.; Sielaff, A.; Pyszczynski, T. y Greenberg, J. (2021). "The role of perceived level of threat, reactance proneness, political orientation, and coronavirus salience on health behavior intentions", *Psychology & Health*, *online*, pp. 1-20. Disponible en: https://doi.org/10.1080/08870446.2021.1982940

Jennings, F. J. y Coker, C. R. (2020). "I just don't think she has a presidential look: the influence of sexism on candidate image", *Information, Communication & Society*, *23*(9), pp. 1353-1367. Disponible en: https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1566488

Losada-Díaz, J.; Zamora-Medina, R. y Martínez-Martínez, H. (2021). "El discurso del odio en Instagram durante las Elecciones Generales 2019 en España", *Revista Mediterránea de Comunicación, 12*(2), pp. 195-208. Disponible en: https://doi.org/10.14198/MEDCOM.19142

Mincheva, D. (2021). "#DearSister and #MosqueMeToo: adversarial Islamic feminism within the Western-Islamic public sphere", *Feminist Media Studies*, *online*, pp. 1-16. Disponible en: https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1984273

Nemes, L. y Kiss, A. (2021). "Social media sentiment analysis based on COVID-19", *Journal of Information and Telecommunication*, *5*(1), pp. 1-15. Disponible en: https://doi.org/10.1080/24751839.2020.1790793

Padilla-Castillo, G. (2021). TikTok como vía de promulgación de la fe católica. En N. Sánchez-Gey y M. L. Cárdenas-Rica (Coords.), *La Comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas* (pp. 3018-3035). Madrid, España: Fragua.

Poell, T. (2020). "Social media, temporality, and the legitimacy of protest", *Social Movement Studies*, *19*(5-6), pp. 609-624. Disponible en: https://doi.org/10.1080/14742837.2019.1605287

Sarkar, T.; Forber-Pratt, A. J.; Hanebutt, R. y Cohen, M. (2021). "Good morning, Twitter! What are you doing today to support the voice of people with #disability?: disability and digital organizing", *Journal of Community Practice*, *29*(3), pp. 1-20. Disponible en: https://doi.org/10.1080/10705422.2021.1982802

Segura-Mariño, A. G.; Paniagua-Rojano, F. J. y Fernández-Sande, M. (2020). "Metodología para evaluar la comunicación universitaria en Facebook y Twitter", *Revista Prisma Social*, (28), pp. 127-144. Disponible en: https://revistaprismasocial.es/article/view/3357

Serpas, D. G. e Ignacio, D. A. (2021). "COVID-19 fear mediates the relationship between perceived risk and preventive behaviors: the moderating role of perceived effectiveness", *Psychology & Health*, *online*, pp. 1-14. Disponible en: https://doi.org/10.1080/08870446.2021.1980566

Vidgen, B. y Yasseri, T. (2020). "Detecting weak and strong Islamophobic hate speech on social media", *Journal of Information Technology & Politics*, *17*(1), pp. 66-78. Disponible en: https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1702607

Wajcman, J. (2006). *El tecnofeminismo.* Madrid, España: Cátedra.

Wang, H. (2021). "Chinese Women's Reproductive Justice and Social Media", *Technical Communication Quarterly*, *30*(3), pp. 285-297. Disponible en: https://doi.org/10.1080/10572252.2021.1930178

We Are Social y Hootsuite (2022). *Digital Report 2022*. Disponible en: https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/

Wilhelm, C. y Joeckel, S. (2019). "Gendered morality and backlash effects in online discussions: An experimental study on how users respond to hate speech comments against women and sexual minorities". *Sex Roles*, *80*(7), pp. 381-392. Disponible en: https://doi.org/10.1007/s11199-018-0941-5

Wong, D. (2021). "The future is ours to build: Asian American abolitionist counterstories for Black liberation", *Politics, Groups, and Identities*, *online*, pp. 1-10. Disponible en: https://doi.org/10.1080/21565503.2021.1982737

Capítulo 2

Las guerras meméticas de la manosfera: difundir el antifeminismo con memes

Elisa García Mingo
Universidad Complutense de Madrid
elisagarc@ucm.es

Anita Fuentes
Universidad Complutense de Madrid
anfuen02@ucm.es

1. INTRODUCCIÓN

La *manosfera*, definida como un conglomerado de espacios virtuales heterogéneos que dan cabida a una multitud de movimientos masculinistas basados en la propagación de discursos misóginos y antifeministas (Ging y Siapera, 2018) está cobrando cada vez más relevancia en España, a medida que se incrementa su impacto en la vida social y política. Véase, por ejemplo, el vínculo entre el auge de estas comunidades *online* y la emergencia de los regímenes de extrema derecha, tal como ocurrió con el apoyo de los usuarios de 4chan y 8chan a la candidatura de Donald Trump en EEUU (Nagle, 2017) o con la conexión entre algunas comunidades de la manosfera española y el partido de extrema derecha español VOX (Bernárdez-Rodal et al., 2020).

La expansión de la manosfera forma parte de un repliegue antifeminista y misógino global que se apoya en la retórica de la libertad de expresión y la lucha contra la dictadura de lo "políticamente correcto", así como en la idea de que se tiene que llevar a cabo una guerra cultural contra la "ideología de género". El concepto de ideología de género, desarrollado y utilizado por grupos antifeministas de ultraderecha, refleja de forma precisa las actitudes de dichos grupos hacia el feminismo. Tal como apuntan Mayer y Sauer (Kuhar y Patternote, 2017, p. 23), la "ideología de género" es un "significante vacío", pues no se refiere ni a un fenómeno, ni a una perspectiva ideológica, ni a políticas sociales específicas, sino que se limita a rechazar las reivindicaciones del movimiento feminista en su conjunto de manera imprecisa y tiene como único objetivo el establecimiento de relaciones de antagonismo contra el feminismo.

En este capítulo aportamos un análisis sobre el papel de los memes en la polinización de discursos antifeministas que surgen de comunidades misóginas de la denominada *manosfera* española[1] y que son determinantes en la configuración de la percepción social de varias cuestiones relacionadas con la lucha por la igualdad de género en España, como son las políticas públicas destinadas a la erradicación de la violencia de género o el reconocimiento de derechos de personas pertenecientes al colectivo LGTBIQ+. En nuestro trabajo, hemos estudiado el régimen visual de la manosfera, —incluyendo emojis, TikToks, directos, vídeos editados— y su capacidad polinizadora de los mensajes de la manosfera, pero sin duda el meme ocupa un lugar central en la comunicación visual de la manosfera. Pero, ¿por qué la lucha misógina antifeminista recurre a la memética? ¿Qué mecanismos tienen los memes que permiten una discusión pública de ciertos temas? ¿Cómo le añaden los memes antifeministas nuevas capas de significado y renovada relevancia a las ideas antifeministas que se transmiten por otros medios? Con el ánimo de responder a estas preguntas, en esta investigación indagamos sobre la capacidad que tienen los memes creados, usados y extendidos desde la manosfera para difundir ideas antifeministas, crear una agenda antifeminista y deslegitimar y despolitizar todos los esfuerzos del feminismo y de las instituciones para lograr la plena igualdad de género en nuestro país.

2. DE LOS MEMES POLÍTICOS ANTIFEMINISTAS A LA POLÍTICA MEMÉTICA ANTIFEMINISTA

Los *memes*, imágenes que se crean, modifican y difunden a través de Internet en múltiples plataformas, son artefactos emblemáticos de las culturas digitales contemporáneas. El término "meme" fue propuesto por Richard Dawkins, en su obra *The Selfish Gene* (1976), para describir una unidad de transmisión cultural que se transmite de mente a mente; y, pese a su aparente banalidad, los memes incorporan posicionamientos sociales sobre temas en disputa. Usados con varios fines, ya sea para demostrar conocimiento de la cultura digital, para crear bromas internas o para comunicar un mensaje hacia el exterior, lo interesante de los memes es su capacidad de evolucionar y de ser comentados y recontextualizados (Ballesteros, 2016) por personas usuarias de Internet. Así, crear y compartir memes es una forma contemporánea de participar en los de-

1. Este capítulo es resultado de una investigación financiada en la VII Convocatoria de Ayudas a la Investigación del Centro Reina Sofía sobre adolescencia y juventud.

bates normativos sobre cómo debería ser el mundo y de sugerir propuestas para su transformación.

Aunque abundan los trabajos sobre el papel del humor y los memes en la creación de audiencias feministas (Paparachissi 2012) y la memética como una forma de "guerra feminista digital" (Rentschler y Thrift, 2015), hoy en día existe poca literatura sobre los memes políticos en el contexto del giro reaccionario de Internet y el auge del antifeminismo en España. Es por ello que en este trabajo nos centramos en lo que Limor Shifman llama los *memes políticos* —lo que nosotras consideraremos la *política memética—,* analizando la memética de la manosfera desde su dimensión ideológica y política desde una mirada teórica compleja que explicamos brevemente a continuación.

Nuestro análisis parte de las teorizaciones de Shifman sobre los memes como participación política del siglo XXI; esta autora viene a decir que los memes son formas de incidencia política, estrategias de acción colectiva (y *acción conectiva*) y también son modos de expresión y discusión pública (2014). Precisamente como formas de discusión pública es como los conceptualizamos nosotras en este capítulo, partiendo de la idea de Shifman de que "independientemente de su tono emocional, los memes políticos buscan plantear temas y participar en los debates normativos" (2014, p. 122). En este caso, además, hemos de entender que la utilización de memes políticos no constituye una discusión político-normativa al uso, sino que se produce en el contexto de las llamadas *guerras meméticas* y de la *política-troll*, a la que Merril (2018) se refiere como la conversación política en redes caracterizada por una guerra memética recíproca.

Como nuestro trabajo se centra en dos grupos muy polarizados de Internet —feministas *versus* antifeministas— encontramos especialmente relevantes las propuestas teóricas que tratan la confrontación y el odio. De este modo, además de la idea de la *guerra memética* y de la *política-troll,* nos parecen muy sugerentes las ideas del *nexo humor-odio de los memes* (Askanius, 2022) y el *antagonismo memético* (Tuters y Hagen, 2020). En su análisis del uso antisemita de los memes en 4chan, Tuters y Hagen sostienen que "los memes políticos pueden ser extremadamente efectivos en la formulación de un 'nosotros' orgánico unido por antagonismos existenciales contra un nebuloso 'ellos' (2020, p.2223).

Por último, para orientar el análisis de los mecanismos y comprender la lógica de la viralidad memética, recurrimos a la teoría que gira en torno a la estética de la cultura digital, centrada en el estudio de los *mecanismos meméticos* (Shifman, 2014), la polisemia y la ambivalencia de los memes (Phillips y Milner, 2017), y la

relación cada vez más complicada entre el extremismo y la sátira (Greene, 2019). Estos autores, nos invitan a concebir los memes como simultáneamente "antagónicos y sociales, creativos y disruptivos, graciosos e hirientes" (Phillips y Milner, 2017, p. 10).

3. METODOLOGÍA

El material empírico que analizamos se recogió en el marco de un estudio de caso más amplio, que involucró un período de doce meses de trabajo de campo en espacios online de la manosfera española, siguiendo la lógica de la *etnografía digital*, la cual involucra las prácticas rutinarias digitales de explorar, etiquetar y archivar y llevar un diario de campo de las observaciones realizadas en el campo digital, que incluye: foros de internet, páginas web, grupos de Facebook, así como canales de Telegram, Youtube y Twitch y cuentas de Instagram y Twitter. Ha sido en el contexto del trabajo etnográfico cuando hemos identificado la existencia de una *memética de la manosfera* y nos hemos percatado de la relevancia de los memes en la puesta en circulación de los mensajes antifeministas.

En este capítulo nos enfocamos en los memes antifeministas siguiendo la lógica del análisis visual multiplataforma, que propone el estudio de imágenes en más de una plataforma de redes sociales. En esta investigación analizamos 760 memes que hemos recopilado mediante un escrapeo manual de cuatro cuentas que se declaran antifeministas en su perfil. Elegimos cuentas de tres redes sociales diferentes: la cuenta @AntiFemiMemes en Twitter, las cuentas @fakeminismo y @politicamentedederechas de Instagram y el canal *Feminismo es Cáncer* en Telegram. El corpus de datos está constituido por 105 memes de Instagram, 43 memes de Telegram y 612 memes de Twitter.

El análisis se desarrolló en dos partes. En una primera fase analítica, hicimos un análisis teático para identificar las categorías temáticas, que fueron: feminismo y feministas, violencia sexual y machista, relación entre el feminismo y la izquierda, masculinidad, e ideología de género. La segunda fase de nuestro análisis se inspira en la propuesta de Phillips y Milner de *la ambivalencia de Internet*, que nos permite comprender cómo se construye el antagonismo online. En esta fase analizamos cualitativamente los memes asignando códigos para, posteriormente, combinar estos códigos en categorías asociadas a la categoría central: el antagonismo memético entre feminismo y antifeminismo. Para desentrañar y desambiguar los memes, el trabajo etnográfico previo en la manosfera española ha sido fundamental a la hora de comprender los términos, ideas, personajes, mensajes, logos, referencias

y giros que aparecen en estos textos y que requieren un cierto conocimiento previo de las subculturas digitales. Por último, realizamos un análisis visual para rastrear y comprender las capas de significado e intertextualidad de los memes y su circulación, partiendo del concepto propuesto de Limor Shifman de los *mecanismos memé*ticos (2018).

4. MEMÉTICA ANTIFEMINISTA: AGENDA TEMÁTICA, ANTAGONISMO MEMÉTICO Y MECANISMOS MEMÉTICOS DEL ANTIFEMINISMO

Partiendo de la idea de que la *memética* constituye una parte importante del trabajo ideológico que se hace en la manosfera para avanzar en su *guerra cultural contra el feminismo*, los objetivos analíticos que han orientado nuestro trabajo son tres: identificar los temas centrales en el debate público de los grupos antifeministas para así mapear la que denominamos como *agenda del antifeminismo*; segundo, analizar la dimensión afectiva de los memes antifeministas a partir de la idea del *antagonismo memético*; y, tercero, comprender los mecanismos que explican la capacidad polinizadora del antifeminismo que tienen los memes. A continuación, hacemos un resumen de nuestros hallazgos de investigación.

4.1. Comprender la agenda antifeminista a través de su guerra memética

Del análisis temático aplicado al corpus visual de memes obtenidos de las redes sociales Twitter, Instagram y Telegram, obtuvimos cinco bloques temáticos amplios que reflejan los grandes temas recurrentes en el debate público del antifeminismo: (1) el feminismo; (2) la violencia sexual y machista; (3) el vínculo entre el movimiento feminista y la política de izquierdas; (4), la masculinidad como víctima del feminismo y, finalmente, (5) la llamada 'ideología de género'. A su vez, cada bloque temático incluye una serie de subtemas.

El feminismo y las feministas

El primer bloque temático incluye tanto al movimiento feminista como a sus integrantes, las (mujeres) feministas. Dentro de esta amplia categoría temática distinguimos entre los siguientes subtemas: la supremacía de las mujeres sobre los hombres como objetivo principal de la lucha feminista en lugar de la igualdad; la defensa de los ideales femeninos de belleza y el rechazo hacia las mujeres que deciden desafiarlos; el feminismo como elemento de amenaza hacia la religión cris-

tiana; la colectivización del movimiento feminista como un peligro para la sociedad; el rechazo hacia la educación sexual y de género; la violencia machista como justificación para la legalización de las armas de fuego; el rechazo hacia el lenguaje inclusivo; la existencia de profesiones masculinizadas como justificación de las desigualdades económicas y profesionales; la defensa de los roles tradicionales de género; y, finalmente, el patriarcado, las manifestaciones del 8M y los hombres que apoyan el movimiento feminista, conocidos como "aliados", como objeto de escepticismo y burla.

La violencia sexual y machista

El segundo bloque temático, que gira en torno a la violencia sexual y machista, se compone de los siguientes subtemas: el rechazo hacia el concepto de violación basado en la ausencia de consentimiento por parte de la mujer; la minimización del acoso sexual; la defensa de la pornografía (que muchas feministas condenan por perpetuar e incentivar el machismo y la violencia patriarcal); el rechazo hacia la planificación familiar y el derecho al aborto; la liberación sexual femenina como justificación de la violencia sexual y machista; la existencia de denuncias falsas por violencia sexual y machista (a pesar del bajísimo porcentaje que estas representan frente a las denuncias veraces); los feminicidios; y, de nuevo, la religión, los roles de género, la educación sexual y con perspectiva de género, y los hombres que se identifican como "aliados" del feminismo.

La izquierda política

El tercer bloque temático se corresponde con el vínculo entre el movimiento feminista y la izquierda política en España. Así, los subtemas que incluye este bloque son: el rechazo hacia el concepto de violencia de género[2]; el feminismo como ideología afín al comunismo, al antifascismo, al anarquismo, al antimonarquismo, al independentismo catalán, al Islam, y al colectivo LBGTQI+; el feminismo como ideología contraria al cristianismo; la teoría conspiratoria de que las mujeres feministas practican la pedofilia (derivada de esta misma teoría aplicada a los libe-

2. Los memes antifeministas estudiados defienden que 'la violencia no tiene género' e intentan promover conceptos como el de 'violencia intrafamiliar', mismo que defiende el partido de ultraderecha español Vox, así como visibilizar situaciones de violencia de mujeres a hombres o de violencia intragénero en parejas del mismo género.

rales estadounidenses que tiene su origen en el movimiento QAnon); los medios de comunicación *mainstream* como promotores de la 'ideología de género'; y, por último, los partidos de ultraderecha como héroes que salvarán a la sociedad del movimiento feminista.

La masculinidad

El cuarto bloque temático, que gira en torno a la idea de que la masculinidad es una víctima del feminismo incluye los siguientes subtemas: la desprovisión de derechos a los hombres como consecuencia del feminismo; la idea de que a causa del feminismo los hombres se han convertido en desechables para la sociedad; la misandria u odio hacia los varones como principal motor del feminismo; y, por último, la defensa de la masculinidad hegemónica frente a las "nuevas masculinidades" que desafían los roles tradicionales de género y suelen asociarse con los "aliados" del feminismo.

La "ideología de género"

El quinto y último bloque temático que hemos identificado se corresponde con aquellos memes que hacen referencia a la llamada "ideología de género". Dada la amplitud e imprecisión de este concepto, este bloque temático podría agrupar bajo el paraguas de la "ideología de género" gran parte de los subtemas recogidos en los bloques temáticos anteriores. Sin embargo, en nuestro análisis hemos observado que la mayor parte de los memes recogidos en el corpus relacionan la 'ideología de género' con: el rechazo hacia la autodeterminación de género y la Ley para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGTBQI+, conocida como la 'Ley trans'; el rechazo hacia colectivo LGTBQI+ en sentido amplio; el rechazo al cambio en las estructuras sociales que propone el movimiento feminista; y, finalmente, el rechazo y ridiculización del lenguaje inclusivo.

El análisis temático realizado nos permite extraer los elementos clave de la agenda del antifeminismo, que busca justificar la violencia sexual y machista, demonizar al movimiento feminista y a sus integrantes, retratar al feminismo como un movimiento extremista de izquierdas, aportar argumentos de victimización masculina frente a la lucha por la igualdad entre géneros, y, finalmente, promover el concepto de 'ideología de género' como herramienta de antagonismo antifeminista y antiLGBTQI+.

4.2. La representación del feminismo a través del antagonismo memético

Como apuntábamos, un antecedente de nuestro trabajo es la investigación Tuters y Hagen (2020) que, usando el concepto de Chantal Mouffe del *afecto político,* estudiaron cómo las comunidades digitales anónimas se constituyen en colectivos políticos a través de un *antagonismo memético* como herramienta de expansión de la demagogia populista y del odio antisemita. De estos autores rescatamos el concepto de *antagonismo memético*, que se refiere al hecho de que los memes funcionan como "significantes flotantes" que aglutinan a actores que pueden no compartir una agenda política, pero se unen a través de vínculos afectivos que tienen más que ver con odiar a un "otro" común que con la existencia de un "nosotros" preexistente. Para estos autores, los memes se usan como vehículos para articular el antagonismo hacia un grupo externo; en este caso, el enemigo común es el feminismo y las feministas. En nuestro trabajo, hemos analizado cómo se representa el feminismo y a las mujeres feministas en los memes recogidos de las citadas cuentas de redes sociales con el fin de demostrar la importancia de los memes en la *manosfera* y en la polarización del debate público que gira en torno a la igualdad de género.

Memes antifeministas y la construcción de la otredad

Partiendo de la idea del *antagonismo memético*, nos preguntamos cómo se construye la otredad y se acentúa la separación entre el "nosotros" (los *antifeministas*) y los "otros" (las *feministas*) en los memes, concluyendo que, a través de ellos, el feminismo aparece representado de cinco maneras que contribuyen a crear un antagonismo memético: el feminismo como movimiento social poco trascendental o peligroso; el feminismo como enemigo político; el feminismo como movimiento institucionalizado; el feminismo como conocimiento de género irracional; y el feminismo como movimiento dominado por unas mujeres, *las feministas*, cargadas solamente de atributos negativos. A continuación explicamos e ilustramos estos resultados con una selección de los memes analizados:

El feminismo como movimiento intrascendente

En los memes analizados encontramos de forma recurrente las siguientes ideas que caracterizan al feminismo como un movimiento intrascendente: el feminismo como horda digital; el feminismo no lucha por la igualdad, sino que es hembrista; el feminismo no ha logrado ningún avance; el feminismo es una moda, el feminismo es un juego de niñas; y las protestas del feminismo son una payasada.

los hombres lo tienen todo mucho más fácil que las mujeres
las denuncias falsas son un 0,001%
las mujeres cobran menos por el mismo trabajo
...Y LA CULPA NO ERA MÍA NI DÓNDE ESTABA NI CÓMO VESTÍA...
PONTE LAS GAFAS MORADAS
Y A REPETIR COMO UN LORITO ANGLICISMOS RIDÍCULOS MANUFACTURADOS POR FEMINAZIS
MANSPLAINING
MALE TEARS
MANSPREADING
EMPOWERMENT
GLASS CEILING
GENDER MAINSTREAMING
EL JUEGO DE MODA
FEMINISMO MODERNO
AL QUE TODAS LAS NIÑATAS JUEGAN
JUEGA A VICTIMIZARTE Y A SENTIRTE OPRIMIDA Y PERSEGUIDA

Figura 1: Memes que encajan en la categoría *Feminismo como movimiento social intrascendente*.

El feminismo es un enemigo político

En el corpus memético nos encontramos también de forma reiterada una retórica memética que usa significantes relacionados con políticos contrarios o grupos peligrosos: el feminismo es un *caballo de Troya*; el feminismo es fascismo; el feminismo es marxismo; el feminismo es una "dictadura violeta" y un movimiento antidemocrático; el feminismo como adoctrinamiento; el feminismo es una secta; el feminismo es odio hacia los hombres y discriminación del varón; y el feminismo va contra el orden social y la familia tradicional.

Figura 2:. Memes que encajan en la categoría *Feminismo como enemigo político.*

El feminismo como movimiento institucionalizado

Otra de las categorías de análisis que ha surgido en nuestro trabajo, tiene que ver con lo que hemos denominado la institucionalización del feminismo, es decir, al hecho de que el feminismo está apoyado por *los progres* y el *Ministerio de Irene Montero* (el Ministerio de Igualdad español). En esta categoría, nos encontramos memes que recogen las siguientes ideas: el feminismo está apoyado por el *establishment mediático*; el feminismo es un chiringuito; el feminismo es un lobby y el feminismo es "victimismo rentable".

Figura 3: Memes antifeministas que encajan en la categoría *Feminismo institucionalizado*

El feminismo como conocimiento de género irracional

A medida que avanza nuestro análisis, nos encontramos con memes que encajan de forma clara en la construcción del *antagonismo memético,* como vemos en estas dos últimas categorías. En el corpus de 710 memes nos encontramos de forma recurrente con ejemplos de cómo a través de estos artefactos visuales digitales se construye la idea del feminismo como un *conocimiento de género* erróneo e irracional visto desde lo que podríamos afirmar que es la autoridad racional masculina. De nuestro análisis inferimos que en los memes antifeministas el feminismo se

representa a partir de las siguientes características: su miopía, su hipocresía y su doble moral; su confusión entre la realidad y mito; su irracionalidad; su intolerancia a la crítica; su falta de argumentos; su incongruencia; su ignorancia y falta de información; su incompatibilidad con la ciencia; su nimiedad; su ridiculez; su falta de lógica; y su carencia de sentido o contradicción.

17/100
@AntiFemComics
THE GREAT HALL OF MISOGYNY
ARE YOU BEACH BODY READY?
AÚN NO HEMOS DECIDIDO POR QUÉ ESTAS COSAS SON MACHISTAS, PERO DE MOMENTO SABEMOS QUE A LOS HOMBRES LES GUSTAN.
FEMINISTAS: EL ESTADO ES UN VIOLADOR
HOMBRES: ¿Y QUIÉN QUIERES QUE LO RESUELVA?
FEMINISTAS: EL ESTADO
"Nosotras las feministas no tenemos tiempo para leer".
- Malena Pichot
El Patriarcado Vive!
Vaya... Eso explica muchas cosas
Suicidio masculino
padres luchando por verá sus hijos
hombres sin hogar
Hombres violentos
hombres salvando vidas
Hombres violentos
vulnerabiliad masculina al covid
vulnerabiliad masculina ala drogadicción
Aautoras Feministas y Medios de Comunicación
hombres desarrollando inventando construyendo
hombres maltratados x su pareja
El feminismo es igualdad...
EVIDENCIAS Y DATOS
EL FEMINISMO NO ES IGUALDAD
ZONA SEGURA

Figura 4: Memes antifeministas que encajan en la categoría *Feminismo como conocimiento de género irracional*

Construcción de las (mujeres) feministas como "el otro"

Por último, nos encontramos con un conjunto de memes que son recurrentes y muy característicos de la memética de la manosfera, que tienen que ver con la personificación del feminismo en la(s) mujer(es) feminista(s). En esta categoría, nos encontramos con la construcción de un femenino abominable, con mujeres difíciles de manejar y fuera de control, que escapan la heteronorma y la razón. Así, para enfatizar que los oponentes no tienen normas, se les caracteriza como personas con cuerpos problemáticos, cerebros diferentes (regidos por la emoción en lugar de la lógica) y con rasgos monstruosos. En los memes analizados nos encontramos las siguientes caracterizaciones de las mujeres feministas: las feministas como estereotipo; las feministas son mujeres amargadas; las feministas son locas

desquiciadas; las feministas están paranoicas; el feminismo afea a las mujeres; y, por último, la caracterización monstruosa de las mujeres feministas, denominadas como *femibolches*, *femilerdas*, *femimarxistas*, *femilocas* y *feminazis*.

Cuando te esfuerzas tanto por romper los estereotipos que accidentalmente creas uno nuevo.
Si no me pasas un meme anti-feminista vendrá una femibolche a hacerte la marcha abortera. Pasa este tuit a diez contactos o no esta noche tendrás pesadillas con este dulce angelito.
MARXISM

Figura 5: Memes antifeministas que encajan en la categoría *Mujeres feministas como "el otro"*

Memes compilatorios del argumentario antifeminista

Entre los memes analizados, encontramos memes simples y memes complejos, que hemos denominado *memes compilatorios*. Mientras que los memes simples exponen ideas antifeministas (tales como que el feminismo es marxismo o que el feminismo afea a las mujeres), en los memes compilatorios, nos encontramos síntesis complejas de ideas clave de la *manosfera*. El análisis de estos memes compilatorios nos permite ver la relación entre ideas, de tal manera que se mandan mensajes sofisticados con afirmaciones coordinadas sobre el feminismo y el antifeminismo. A continuación presentamos cuatro ejemplos de *memes compilatorios* que resumen cuatro de estos posicionamientos fundamentales sobre el feminismo, las mujeres feministas, el problema del feminismo y el antifeminismo como solución al feminismo.

Posicionamiento sobre el feminismo

Propone un posicionamiento que afirma de forma simultánea mediante la combinación del texto y la imagen que el feminismo: es una doctrina, es un movimiento, el feminismo, es totalitario, está subvencionado por el estado, es supremacista, va contra los hombres y atenta contra la familia tradicional.

Posicionamiento sobre las (mujeres) feministas

Propugna una visión de las (mujeres) feministas como personas caracterizadas por: estar atravesadas por la ideología feminista, tener sed de venganza, buscar en el privilegio femenino, estar cargadas de odio, perseguir a quienes piensan de forma diferente a ellas, censurar el pensamiento diferente y estar obsesionadas por el maltrato, se presupone

DEFINICIÓN DE FEMINISMO
Doctrina y movimiento social subvencionado por el estado, que exige para la mujer, supremacismo y privilegios contra los hombres, hijos y la destrucción de la familia tradicional.
CONSEGUIR PRIVILEGIOS
IDEOLOGIA
SED DE VENGANZA
CENSURA
PERSEGUIR OPOSITOR
ODIO
MALTRATO

Figura 6: Memes antifeministas compilatorios extraídos de Twitter e Instagram. El primer se posiciona sobre el feminismo y el segundo sobre las mujeres feministas.

Posicionamiento sobre el fracaso del feminismo

Desde el antifeminismo se postula habitualmente que el feminismo es una teoría y un movimiento político que ha fracasado y que han sido las propias feministas quienen hecho naufragar el proyecto de la igualdad de género, al convertir al feminismo en una moda, un negocio y un movimiento de odio generalizado lastrado por las denuncias dudosas y el uso de datos falsos.

Posicionamiento del antifeminismo como solución al feminismo

En estos memes sintéticos, se caracteriza al feminismo como contrario al antifeminismo. No sólo se presentan como antagónicos, sino que además se define el feminismo por ser lo que no es el antifeminismo, una postura a la que le caracteriza: el respeto, la tolerancia, el sentido crítico, los argumentos, el uso racional de la información, la creencia en la igualdad y los derechos, centrado en la biología (la ciencia) y limpio (higiénico).

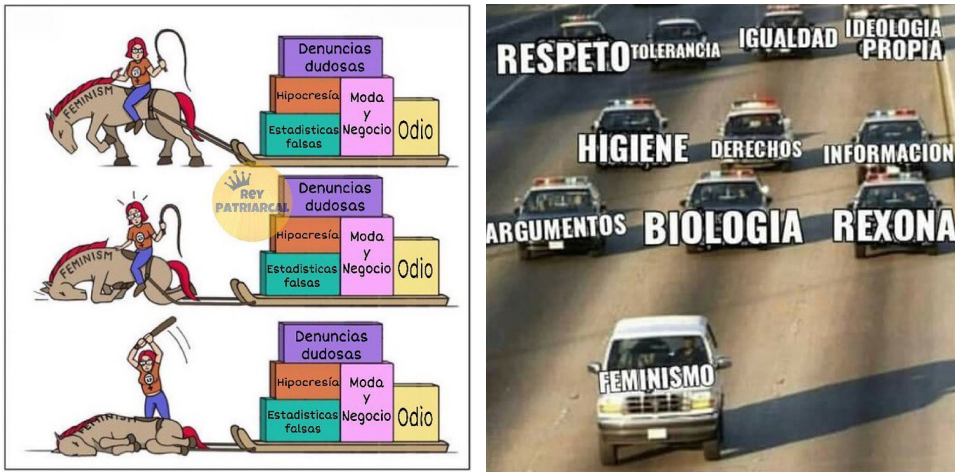


Figura 7: Memes antifeministas compilatorios extraídos de Twitter e Instagram. El primer meme se posiciona sobre el fracaso del feminismo y el segundo ilustra la propuesta del antifeminismo como solución.

4.3. Los mecanismos meméticos del antifeminismo

Limor Shifman habla de tres estrategias o mecanismos principales de "reempaquetado" de los memes: el *mimetismo*, que define como la recreación de un texto específico por parte de otras personas; la remezcla, consistente en la manipulación del meme a través de la tecnología; y la competencia selectiva, que dicta la preferencia de las audiencias de unos contenidos meméticos sobre otros (2013). De manera similar, en nuestro análisis del corpus de memes identificamos varios mecanismos meméticos que contribuyen a la perpetuación de la creación de memes antifeministas y, con ello, a la propagación de ideas contrarias al feminismo. Dentro de los mecanismos meméticos encontrados en nuestro análisis del corpus distinguimos entre dos tipos. Por un lado, los mecanismos meméticos generales, que aplican al conjunto de la *memesfera*, pero que, en el contexto de la *manosfera*, contribuyen a una difusión más amplia y rápida de las ideas antifeministas. Por otro lado, encontramos mecanismos meméticos que son específicos de los memes antifeministas, y cuyo objetivo principal es impulsar la denominada "agenda antifeminista".

Mecanismos meméticos generales aplicados a los memes antifeministas

Entre los denominados como mecanismos meméticos generales identificados en nuestro corpus, destacamos los siguientes:

Viralidad: dimensión visual, repetición y sencillez

La viralidad de los memes es posible gracias a tres características que los hacen rápidamente identificables y susceptibles de ser compartidos y replicados: su dimensión visual, su carácter repetitivo y la sencillez tanto de su contenido y de su formato. Prueba de la viralidad de estos artefactos visuales es el hecho de que encontramos memes antifeministas idénticos en las tres redes sociales estudiadas.

Las mismas características que permiten la rápida propagación de los memes hacen de estos artefactos visuales digitales el vehículo perfecto para la difusión de mensajes cargados políticamente, en un entorno digital que antepone lo simple y lo reaccionario a lo reflexivo o a lo informativo. Así, el carácter viral de los memes y el fácil acceso a su modo de creación, facilitan, a su vez, que los usuarios consuman, compartan y creen memes, a menudo sin hacer una reflexión previa sobre el impacto político de éstos. Este fenómeno, que se da en numerosas plataformas y comunidades digitales, aplica también a la manosfera y los grupos antifeministas que consumen, difunden y producen memes como los analizados en este trabajo. La velocidad y la escala a la que viajan los memes dan lugar a un "efecto bucle" que, en el contexto de la manosfera, no sólo contribuye a inculcar ideas antifeministas, sino que incentiva la creación de más memes antifeministas, perpetuando el ciclo del antifeminismo.

Figura 8: Memes antifeministas que ejemplifican el mecanismo memético de la viralidad.

Estética de la cultura digital

La manera en que se suelen construir los memes es tomando una imagen icónica de la cultura digital, fácilmente reconocible y con un significado social ya establecido,

y asociándolo con otro elemento, modificando así el significado inicial de la imagen de partida. En el caso de los memes de contenido político, podríamos afirmar que es este segundo elemento el que define el mensaje político del meme. Sin embargo, las imágenes icónicas de la cultura digital y, en general, la estética digital que caracteriza a los memes es un elemento de gran relevancia a la hora de transmitir cualquier mensaje.

En nuestro análisis, observamos que los memes antifeministas añaden nuevas capas de significado y una renovada relevancia a ideas tradicionales y conservadoras en relación con la igualdad de género al fusionarlas con la estética contemporánea propia de las remezclas digitales y la cultura ambivalente de Internet que circula actualmente entre las culturas juveniles de todo el mundo (Askanius, 2020, p. 154). La estética de la cultura digital constituye un mecanismo memético clave a través del cual los memes adquieren la capacidad de convertir ideas como el antifeminismo en iconografía de la cultura popular.

Niega el término "Feminazi" porque no existe en la Real Academia
Usa términos como "Todes", "Nosotres", "Compañeres", etc.
DOBLE MORAL FEMINISTA
FEMINISTAS, SI OS MATAN POR SER MUJER, ¿POR QUÉ MATAN A MÁS HOMBRES?
¿NO SERÁ QUE POR SER MUJER OS MATAN MUCHO MENOS?
HOY HE COINCIDIDO EN EL ASCENSOR CON UNA VECINA FEMINISTA Y LE HE DADO LOS BUENOS DÍAS
TENGO EL JUICIO EL VIERNES

Fig. 9: Memes antifeministas que ejemplifican el mecanismo memético de la utilización de la estética de la cultura digital.

Ausencia de autoría y/o anonimidad

Una característica clave de las redes sociales de las que extrajimos los memes para nuestro análisis es la posibilidad que ofrecen a sus usuarios de participar en ellas de forma anónima. Aunque los memes suelen ser creados por individuos, una vez son creados se comparten una y otra vez sin atribuirles una autoría, lo que da la impresión de que no tienen autor. Así, a diferencia de otros artefactos visuales digitales, los memes se consideran propiedad colectiva de la cultura digital. Este mecanismo memético facilita la creación y difusión de mensajes violentos, antagónicos y destructivos, como los observados en los memes antifeministas analizados en los apartados anteriores, pues al no estar físicamente presentes, los creadores y distribuidores de dichos contenidos pueden eludir el impacto emocional de sus acciones (Phillips y Milner, 2017, pp. 69-70).

Recurso al humor y búsqueda de complicidad del lector

Otro de los mecanismos meméticos que identificamos en nuestro análisis de memes antifeministas es el recurso al humor y la búsqueda de complicidad del lector. Aunque los memes son típicamente considerados inocentes, el humor es sin duda una estrategia muy efectiva en lo que se refiere a desacreditar a los oponentes políticos, así como para manipular y persuadir a audiencias dentro y fuera de Internet (Greene, 2019, p. 42). Lo cierto es que una de las principales razones que hay detrás de la rapidez con la que viajan por la red estos artefactos digitales es su humor. Este mecanismo permite, no sólo una amplia propagación de las ideas que acarrean los memes, sino también: la difusión de información falsa, que es más susceptible de ser creída a través del humor; la impunidad de quienes transmiten mensajes de odio bajo la excusa de que es "sólo una broma" o un "troleo"; y la función ideológica de apuntar o disciplinar a un "otro" alimentando a su vez la solidaridad dentro del propio grupo que se ríe a expensas de la construcción de esta otredad.

A partir de nuestro análisis, observamos que, aunque dentro de la manosfera un meme se pueda originar como una simple broma, la rápida circulación y polinización de estos memes influye a un nivel macrosocial; en este caso, promoviendo la que denominamos como "agenda del antifeminismo".

ALGÚN DÍA UN NOVIO CON VAGINA LE LEVANTARÁ LA MANO A SU NOVIA CON PENE,
LO CONDENARÁN POR "VIOLENCIA DE GÉNERO", Y SUFRIREMOS UNA PARADOJA ESPACIO-TIEMPO QUE DESTRUIRÁ TODA LA EXISTENCIA.
¿CÓMO PUEDES SOBREVIVIR SIN CEREBRO?
EL VIOLADOR ERES TÚ.

Figura 10: Memes antifeministas que ejemplifican el mecanismo memético del recurso al humor y la búsqueda de complicidad del lector.

Mecanismos meméticos específicos del antifeminismo

Entre los mecanismos meméticos específicos de los memes antifeministas empleados para banalizar y deslegitimar al feminismo, distinguimos los siguientes:

Descontextualización y deshistorización de los reclamos feministas

Uno de los mecanismos meméticos detectados es la descontextualización y deshistorización de los reclamos del movimiento feminista. A través de este mecanismo se pretende confundir y desinformar al lector de memes, retratando al feminismo como un movimiento que no aboga por la igualdad sino por la superioridad social de las mujeres sobre los hombres.

Fig. 11: Memes antifeministas que ejemplifican el mecanismo memético de la descontextualización y deshistorización de los reclamos feministas.

Subversión de los argumentos feministas

Otro de los mecanismos meméticos típicos de los memes antifeministas es la subversión de los argumentos del feminismo con argumentos como que la violencia no tiene género, que los hombres pertenecientes a minorías racializadas están exentos de ser machistas, que todos los hombres son "el enemigo" a ojos de las feministas, y una larga lista de etcéteras. Esta subversión es posible gracias al uso de otros mecanismos meméticos como la dimensión visual, la repetición, la sencillez, el empleo del humor o la descontextualización, y tiene como consecuencia la desprovisión de los discursos feministas de su contenido político a base de convertirlos en lo contrario.

Fig. 11: Memes antifeministas que ejemplifican el mecanismo memético de la subversión de los argumentos feministas.

Apropiación de lenguaje y los conceptos feministas

El último mecanismo memético que hemos encontrado en el corpus de memes recopilados es la apropiación del lenguaje y los conceptos feministas por parte de los grupos antifeministas. Los memes permiten a personas que no se conocen entre sí demostrar y negociar su pertenencia a un grupo a través de su dominio de la subcultura y de su conocimiento del "antagonista memético". En el caso del antifeminismo, además, contribuye a seguir despolitizando los reclamos feministas, a la par que se refuerza el sentido de grupo.

TU CARA CUANDO OYES HABLAR A UNA FEMINISTA...
¿CUERPA LIBRE?
¿TODXS Y TODXS?
¿PATRIARCADO?
¿MACHETE AL MACHOTE?
YO YA HE IDO A MARCHAS FEMINISTAS MAS DE 3 VECES
YO HE IDO A CHARLAS ANTIPATRIARCALES MÁS DE 5 VECES
¿YA DEBEN ESTAR CANSADOS DE INTENTAR PONERLA O NO?
NADIE QUE ESTE DECONSTRUIDO DIRÍA ESO
VAMOS A DECONSTRUIRLO !!

Fig. 12: Memes antifeministas que ejemplifican el mecanismo memético de la apropiación del lenguaje y los conceptos feministas.

El análisis visual del corpus de memes recopilados de Twitter, Instagram y Telegram pone de manifiesto que, gracias al uso combinado de los mecanismos meméticos generales y específicos del antifeminismo, los memes antifeministas logran introducir temas nuevos la discusión pública público, proponer posicionamientos rápidos sobre debates normativos y ofrecer una alfabetización terminológica mediante mensajes sutiles que calan, se ajusten estos a la realidad del feminismo o no.

5. CONCLUSIONES: NO SON MEMES, SON IDEAS

En nuestro análisis de los espacios digitales misóginos que componen la manosfera española, nos hemos percatado de que los discursos antifeministas permean en la sociedad en su conjunto en gran medida gracias a la *guerra memética*. Pese a que pueda parecer que los memes son utilizados de forma banal, su crea-

ción y puesta en circulación estratégica demuestran tener un un altísimo potencial de subversión, como demuestra la existencia de cuentas de memes antifeministas cuyo fin es difundir las ideas antifeministas a través de las increíblemente eficientes píldoras de misoginia que son los memes.

Y es, al contrario que los textos escritos (tweets, posts, mensajes, hilos, noticias) los memes "pretenden relativizar y poner distancia, desde el humor, a las tensiones, malestares y conflictos de la vida cotidiana" (Ballesteros, 2016, p. 25) y, así, los memes concretan, condensan y decantan los postulados de la manosfera mediante el recurso al humor y gracias a su uso conciso del lenguaje, la sencillez de los mensajes que resultan útiles para el engaño y la manipulación y mediante la apropiación del lenguaje feminista e institucional, que provoca burla y risa cuando es descontextualizado y llevado a la caricatura. Así, hemos buscado conocer el trabajo político de la memética antifeminista, con el fin de comprender por qué el antifeminismo recurre a estos artefactos digitales de apariencia tan banal. Como resultado de nuestro trabajo, vemos que los memes constituyen una forma de comunicación contemporánea privilegiada no solo para promover la discusión pública de ciertos temas, sino para contribuir a la constitución de una agenda política antifeminista.

Así, los memes antifeministas creados y puestos en circulación desde la manosfera española constituyen una forma alternativa de crear y proponer un argumentario a disposición de la misoginia colaborativa y la polarización política. Hemos visto, a través de un vistazo a la biblioteca memética de la manosfera, que estamos ante lo que claramente es una guerra memética. Y es que los memes han pasado de constituir herramientas de activismo político feminista a ser apropiados por el antifeminismo, que banaliza discursos de rabia ahora despojados de su contenido ideológico original.

Con nuestro análisis hemos buscado comprender el trabajo político de los memes antifeministas, basado en un interés en banalizar y deslegitimar el feminismo, así como polarizar el debate y confrontar a una sociedad que no puede detenerse en su avance hacia la plena igualdad de género. En la tarea difusa y aparentemente descoordinada que ha emprendido la manosfera española de *dar la batalla cultural contra el feminismo*, los memes constituyen la punta de lanza de la discusión pública, puesto que plantean argumentos a la vez que permiten la expresión polivocal y la negociación de negociación de múltiples opiniones e identidades dentro del arco ideológico del antifeminismo.

Además, hemos postulado que el humor y la ironía son usados en redes sociales como estrategia retórica y de debate para desafiar los argumentos del feminismo al

replantear las afirmaciones feministas como absurdas, ridículas e ilógicas. En este sentido, nos parece especialmente relevante seguir a Tina Askanius cuando dice que "necesitamos mirar más de cerca la fusión de lo no serio (cómico) con lo serio (político) y la relación cada vez más complicada entre el extremismo y la sátira" (2021, p. 152). Por último creemos que es fundamental seguir a los teóricos de los memes contemporáneos Ryan Milner y Whitney Phillips cuando postulan que la guerra memética no es una guerra de memes, sino que es una guerra entre ideas.

6. BIBLIOGRAFÍA

Askanius, T. (2021). "On frogs, monkeys, and execution memes: Exploring the humor-hate nexus at the intersection of neo-Nazi and alt-right movements in Sweden". *Television & New Media*, 22(2), pp. 147-165.

Ballesteros Doncel, E. (2016). "Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género". *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, 35, 21-45. DOI: empiria.35.2016.17167.

Bernardez-Rodal, A.; Requeijo Rey, P. y G. Franco, Y. (2020). "Radical right parties and anti-feminist speech on Instagram: Vox and the 2019 Spanish general election", *Party Politics*, 28(2), pp. 272-283. DOI: https://doi.org/10.1177/1354068820968839.

Ging, D.; Siapera, E. (2019). "Introduction" en Ging, D. y Siapera, E. (Eds.), *Gender Hate Online. Understanding the New Anti-Feminism*. Suiza: Palgrave Macmillan, pp.1-17.

Greene, V. (2019). "'Deplorable' Satire: Alt-Right Memes, White Genocide Tweets, and Redpilling Normies." *Studies in American Humor*, 5(1), pp. 31-69. DOI: https://doi.org/10.5325/studamerhumor.5.1.0031.

Gutiérrez, M.; Pando, M. J. y Congosto, M. L. (2020). "New approaches to the propagation of the antifeminist backlash on Twitter", *Revista de Investigaciones Feministas*, 11(2), pp. 221-237. DOI: https://doi.org/10.5209/infe.66089.

Kuhar, R. y Patternote, D. (2017). *Anti-Gender Campaigns in Europe: Mobilizing against Equality*. Londres, Reino Unido: Rowman & Littlefield International.

Mouffe, C. (2013). *Agonistics: Thinking the World Politically*. Nueva York, EEUU: Verso Press.

Nagle, A. (2018). *Muerte a los Normies*. Barcelona: Orciny Press.

Papacharissi, Z. (2012). "Without You, I'm Nothing: Performances of the Self on Twitter". *International Journal of Communication*, 6, p. 18. Disponible en: https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1484/775.

Pérez, G. Aguilar, A. y Guillermo M. E. (2014) "El meme en Internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake". *Argumentos*, 27(75), pp. 79-100.

Phillips, W. y Milner, R. M. (2017). *The Ambivalent Internet: Mischief, Oddity, and Antagonism Online*. Cambridge, Reino Unido: Polity.

Rentschler, C. A., y Thrift, S. C. (2015). "Doing feminism in the network: Networked laughter and the 'Binders Full of Women' meme". *Feminist Theory*, 16(3), pp. 329–359. DOI: https://doi.org/10.1177/1464700115604136.

Tuters, M., y Hagen, S. (2020). "(((They))) rule: Memetic antagonism and nebulous othering on 4chan". *New media & society*, 22(12), pp. 2218-2237. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444819888746.

Shifman, L. (2013). *Memes in digital culture*. EEUU: MIT Press.

Capítulo 3

Ecos misóginos digitales: analizando el contrapúblico antifeminista de YouTube

Silvia Díaz Fernández
Universidad Carlos III de Madrid
sidiazf@hum.uc3m.es

Sergio Tomás Forte [1]
Universidad Complutense de Madrid
sertomas@ucm.es

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas hemos asistido a una transformación en la esfera pública en relación a la mayor presencia, legitimación y apoyo social del movimiento feminista en España. La visibilidad del feminismo en la actualidad se ha incrementado tanto en las instituciones públicas como en el discurso político y el mediático, gracias al impulso de lo que se ha llamado 'ciberfeminismo' y al desarrollo de un activismo feminista digital (García Mingo y Prieto Blanco, 2021). Esta intensificación de la presencia feminista *online* (Willem y Tortajada, 2021) se traduce en una apropración del espacio digital, y por consiguiente, de la esfera pública digital, lugar que tradicionalmente ha sido ocupado por hombres (Alonso-González, 2021).

En este sentido, los beneficios del uso de las redes sociales para el feminismo contemporáneo están claros y son irrefutables. Sin embargo, tal y como avisaba Habermas (1974[1964]), a pesar del rol crucial de los medios de comunicación (en la situación actual, digitales) en la construcción de la esfera pública, estos también pueden llegar a ser los causantes de su desintegración. En el contexto de este capítulo, nos referimos aquí a la presencia de una misoginia reproducida en los ámbitos digitales, especialmente en las redes sociales, donde hombres profesan y alientan el odio hacia las mujeres (Bonet-Martí, 2021). Sonia Núñez Puente y Maria José

1. Querríamos transmitir nuestro agradecimiento a otras personas del proyecto que han hecho posible esta investigación: Jorge García y, en especial, Elisa García Mingo. Así como también queríamos agradecer a todos los participantes de los grupos de discusión y a las personas que han comentado y evaluado el capítulo.

Gámez Fuentes (2017) han calificado este fenómeno como una 'misoginia popular' que surge en contraposición al feminismo, al que deslegitima acusándolo de haber creado una industria feminista movida por intereses económicos y no sociales.

Es en este contexto donde la red social YouTube se erige como habilitadora de estos sentimientos y discursos antifeministas que alientan la popularización de la misoginia. Situamos este capítulo dentro del marco de los estudios de YouTube como plataforma donde se reproduce contenido sexista y misógino (Pibernat Vila, 2021). Entendemos YouTube como un espacio donde se aloja contenido manosférico y en el que se está reconfigurando una esfera pública digital. En particular, nos centramos en tres *youtubers* antifeministas españoles: Roma Gallardo, Un Tío Blanco Hetero (UTBH) y Libertad Y Lo Que Surja, cuyos números de sucriptores sobrepasan con creces los 250.000, evidenciando así su relevancia dentro del panorama *youtuber* español.

El objetivo principal de este trabajo es analizar por una parte, la forma en la que estos *youtubers* habitan YouTube y participan en la esfera pública digital, y por otro, examinar el calado que pueden tener sus mensajes a la sociedad. Basándonos en la idea de Nancy Fraser (1990) de *contrapúblico subalterno,* argumentamos que los *youtubers* construyen un *contrapúblico antifeminista* con el que pretenden luchar en las guerras culturales contra el feminismo. Las preguntas de investigación que guían nuestro trabajo son las siguientes: 1) ¿cómo contribuyen los *youtubers* a la producción de una esfera pública digital en Youtube?; 2) ¿qué prácticas comunicativas utilizan los *youtubers* citados para construir un contrapúblico antifeminista? y; 3) ¿cómo reciben los jóvenes españoles los mensajes de estos *youtubers*? Para responder a estas preguntas nos basamos en datos etnográficos e información recabada mediante grupos de discusión. A través de nuestro análisis, afirmamos que Roma Gallardo, Un tío Blanco Hetero (UTBH) y Libertad Y Lo Que Surja (LYLQS) articulan un contrapúblico antifeminista digital en un intento de refeudalizar la esfera pública digital, la cual perciben que ha sido ocupada de manera forzosa por un feminismo autoritario que encabeza una cruzada contra el hombre tradicional español: blanco, heterosexual y cisgénero.

2. LA ESFERA PÚBLICA DIGITAL

El incesante desarrollo de las tecnologías de la información ha supuesto una transformación en la teorización sobre la esfera pública y la participación ciudadana en ella. En sus orígenes, y a grandes rasgos, Habermas definió la esfera pública como un intermediario entre las diferentes esferas que conforman la sociedad (el

estado, la familia, la economía). Nos encontramos, actualmente, en lo que se ha denominado Cuarta Revolución Industrial o Industria 4.0, en el que la influencia de los medios de comunicación masivos en la esfera pública está experimentando un sorpasso por un emergente nuevo proceso de mediatización atravesado por las redes sociales y las nuevas tecnologías. Esto ha causado el desarrollo de lo que se ha llamado una esfera pública digital, la cual no no se configura al margen de la sociedad, sino que se construye como una dimensión añadida de las sociedades modernas de la información.

Por un lado, y desde una visión marcadamente optimista, se ha identificado la potencialidad de la esfera pública digital en cuanto a una mayor democratización de la participación ciudadana. Pecourt (2015) explica que las tecnologías digitales han desjerarquizado las redes de comunicación para beneficio de las redes activistas, entrando así en conflicto y retando directamente el poder de los monopolios mediáticos controlados por multinacionales, Estados o instituciones globales. Este es el caso de la plataforma YouTube, un espacio donde, debido a la multiplicidad de maneras que facilitan la participación de las personas en la red (como consumidores, productores, comentaristas), se da una esfera pública digital rica y de diversos formatos.

En este contexto, el movimiento feminista emerge como uno de los beneficiarios de esta horizontalidad y de mayor accesibilidad a la información, tanto a nivel de producción como de difusión. Sin embargo, esta visibilidad del feminismo en la esfera pública digital no siempre ha existido ni contado con tanto apoyo social como con el que goza en el momento actual. La socióloga Nancy Fraser (1990) apunta que, en el contexto de los años 70 y 80, la esfera pública era hegemónica, de dominio masculino. Esto promovió la organización de espacios propios para personas que, por razones diversas (raza, etnia, género), no tenían acceso directo a la esfera pública hegemónica. Fraser (1990) llamó a estos espacios *contrapúblicos subalternos*, los cuales se articulan en oposición a los discursos mayoritarios.

En las sociedades modernas, el feminismo se ha apropiado de una parte de la esfera pública, especialmente habitando los espacios digitales mediante el ciberactivismo feminista (Alonso-González, 2021). Este es el caso de la plataforma YouTube, la cual ha sido destacada por la presencia de información relacionada con el feminismo y su rol en la difusión popular de los principios y valores feministas con el objetivo de transformación social (Sánchez-Labella Martín y Romo Parra, 2021). Tanto es el alcance feminista de la esfera pública digital, que podría argumentarse puede dejar de considerarse un contrapúblico.

3. EL NUEVO CONTRAPÚBLICO: LA MISOGINIA *YOUTUBER*

En este sentido: si el activismo feminista ha dejado de ser contrapúblico debido a su incorporación a la esfera pública mayoritaria, cabe la pregunta qué forma el contrapúblico subalterno en la actualidad. Fraser (1990) explica que un contrapúblico subalterno se crea de la relación entre dos supuestos. El primero, la creencia de la esfera pública como un ideal que nunca se alcanzó, y el segundo, la convicción gramsciana de que la esfera pública es un constructo burgués que instrumenta la hegemonía que más tarde se traduce en dominación política. A partir de estos suposiciones, los contrapúblicos subalternos emergen como espacios de privación y como bases de generación de políticas antagonistas. Esto lleva a la diversificación de la contestación discursiva, lo que Fraser advierte no siempre puede ser necesariamente beneficioso, ya que los contrapúblicos también pueden ser antidemocráticos y anti-igualitarios. En base a esto, el concepto de contrapúblico subalterno ilustra las relaciones de poder que sustentan los diferentes públicos dentro de una esfera pública múltiple (Fraser 1990; Holm, 2019).

Podría argumentarse que el contrapúblico subalterno moderno se enmarca dentro de tendencias, sino del todo antidemocráticas, definitivamente anti-igualitarias, configurándose así a través de un discurso antifeminista que se articula desde una multiplicidad de espacios en la sociedad española contemporánea, destacando, principalmente, sus ecos políticos de la mano de partidos como PP y VOX, y sus resonancias en la manosfera española (García-Mingo, Díaz-Fernández y Tomás-Forte, 2022). Basándonos en el trabajo de Fraser (1990), proponemos el concepto de *contrapúblico antifeminista*, abandonando así la caracterización de *subalterno* puesto que consideramos la categoría de subalternidad incompatible con el posicionamiento identitario de los *youtubers* seleccionados: hombres cis, blancos y heterosexuales. Para los objetivos de este capítulo, nos centramos en la red social YouTube, la cual ha sido identificada como un espacio donde se reproduce una *misoginia youtuber* (Pibernat-Vila, 2021).

En su trabajo, Pibernat-Vila (2021) investiga la reproducción de una misoginia *youtuber*, caracterizada por un humor machista, trato vejatorio y sexualizador a las mujeres y una cierta apología, en distintos grados, de su sexismo. La autora concluye que los *youtubers* analizados construyen unos imaginarios de género expresados sobre feminidad y masculinidad en sus vídeos apuntalados en tópicos patriarcales, los cuales sitúan a la mujer en roles obsesivos en cuanto al físico, pasivos y sexualizados, y a los hombres en roles activos y de despreocupación que puede resultar en una banalización de la violencia, especialmente sexual, contra las mujeres. En este sentido, la misoginia *youtuber* que Pibernat-Vila (2021) identifica, podría también entenderse

como un contrapúblico antifeminista que busca luchar en las guerras culturales contra el feminismo (García-Mingo, Díaz-Fernández y Tomás-Forte, 2022).

Aunque en la literatura anglosajona encontramos más investigaciones sobre YouTube y su contenido misógino, dentro del contexto de España este es un campo de estudio emergente, especialmente en lo que concierne al papel que los hombres y el antifeminismo juega dentro de él. Con este trabajo, pretendemos contribuir a los estudios de YouTube enmarcados dentro del contexto académico más amplio de la manosfera. En lo que sigue, explicamos nuestro marco metodológico y exponemos los resultados principales de nuestra investigación.

4. METODOLOGÍA

Nuestro marco metodológico combina diferentes técnicas de investigación social digital con enfoque cualitativo. Por una parte, mediante una etnografía digital (Pink et al, 2019; Hine, 2008) recogimos los discursos de estos productores de contenido audiovisual. Por otra, llevamos a cabo una serie de grupos de discusión (Ibáñez, 1979) con hombres jóvenes en los que se explora conjuntamente su percepción sobre el feminismo, internet y la violencia sexual, tratando de comprobar si se da una penetración de los discursos de la manosfera y ver que resonancias ideológicas están presentes en los discursos de los jóvenes españoles. Si bien no se trata de un trabajo estadístico extrapolable a los jóvenes españoles debido al número de los participantes de los grupos (26), la información recogida a través de metodologías cualitativas nos permiten ahondar en sus discursos y explorar con mayor profundidad los ecos misóginos de la manosfera. Los datos que trabajamos en este capítulo fueron recogidos dentro de un proyecto de investigación que buscaba determinar la penetración de la percepción misógina de la violencia sexual en la manosfera entre los jóvenes españoles.

La etnografía la realizamos siguiendo a tres productores de contenido audiovisual principalmente en YouTube. Los tres *youtubers* que componen la muestra (Roma Gallardo, UTBH y LYLQS) fueron seleccionados en función de la popularidad, medida en seguidores, y de que no fuesen simplemente espacios de debates libres donde lo *políticamente incorrecto* es presentado como legítimo, sino que asumiesen férreamente una postura antifeminista.[2]

2. Se descarta así el canal de Jordi Wild "The Wild Project" cuya popularidad lo colocaría como parte obligada de la muestra.

Los grupos de discusión se llevaron a cabo de forma *online*, a través de *Google Meet*. Se realizaron unos cinco grupos compuestos por 5 o 6 participantes[3], todos hombres jóvenes (de 18 a 30 años), ya que al realizarlos de forma online, es difícil que el grupo se desarrolle de forma fluida si está compuesto por más participantes (Parada Dueñas y Cano López, 2013). El hecho de que los grupos sean no mixtos y compuestos exclusivamente por hombres jóvenes, incluso que también fuesen moderados por hombres jóvenes, parte de la hipótesis de que los discursos en torno a la violencia sexual y el feminismo estarían menos comprometidos en espacios totalmente masculinos donde los hombres puedan sentirse más cómdos en expresar (Schacht, 1996). Con el fin de conseguir una representación de hombres diversa, tanto en cuanto a intereses como posicionamiento ideológico, los grupos que se formaron fueron los siguientes: videojugadores; votantes de partidos de derechas; votantes de partidos de izquierdas; jóvenes muy relacionados con el mundo de la noche y el gimnasio; y jóvenes *foreros* y *bitcoiners*.

Por tanto, bebemos de este marco teórico y metodológico para analizar la forma en la que tres *youtubers* españoles habitan la plataforma para diseminar sus mensajes misóginos. El análisis está dividido en dos partes: en la primera parte, analizamos las diversas prácticas comunicativas que estos *youtubers* emplean para realizar su trabajo ideológico con el objetivo de diseminar su discurso y así construir su contrapúblico antifemininsita en la plataforma YouTube; mientras que en la segunda parte, exploramos de qué forma estos sentimientos y posiciones antifeministas encuentran resonancia entre los jóvenes españoles.

5. EL CONTRAPÚBLICO ANTIFEMINISTA *YOUTUBER*

Los *youtubers* analizados en este capítulo tienen perfiles ideológicos diversos y utilizan diferentes recursos comunicativos, sin embargo, en los tres se observan prácticas comunicativas digitales comunes y que identificamos como fundamentales en su construcción del contrapúblico antifeminista: 1) vídeos-reacción y 2) interpelación directa. Argumentamos que cada una de estas práctcias se pone en marcha articulando un proceso que tiene dos partes: primero, deslegitimar el feminismo y segundo, movilizar a la población para participar en el contrapúblico feminista y unir fuerzas en la guerra cultural contra el feminismo.

3. Sin embargo, en fases determinadas de algunos grupos se llegó a tener 4 y 7 participantes.

5.1. Desprestigiando el feminismo: vídeo-reacción

Uno de los objetivos fundamentales del trabajo ideológico de los *youtubers*, que sienta las bases de su contrapúblico antifeminista, es el desprestigio del feminismo. Identificamos que la práctica comunicativa más recurrida por los *youtubers* para lograrlo son los vídeos-reacción. Los vídeos-reacción involucran la grabación de la reacción de una persona visionando un vídeo, el cual interrumpen para introducir sus comentarios y opiniones. En el caso de los *youtubers* que tratamos, los vídeos a los que reaccionaban eran siempre de corte feminista con diferentes sujetos (desde otras *youtubers* feministas, periodistas o políticas). A pesar de esta diversidad, una figura pública de la esfera política española que tiene una representación saliente en los vídeos analizados es Irene Montero, Ministra de Igualdad del Gobierno de España desde enero de 2020.

La gran mayoría de los vídeos-reacción de los *youtubers* se orientan a comentar y criticar multitud de apariciones en los medios de la ministra Montero, así como noticias relacionadas con el ministerio que preside. En estos vídeos-reacción se suelen presentar las comunicaciones de la ministra descontextualizadas, lo que les permite recontextualizarlas a través de la creencia de la existencia de un feminismo hegemónico y autoritario, el cual pretende, en palabras de UTBH[4], *imponer su agenda ideológica para adoctrinarnos a todos con un chantaje emocional que se enmascara en nombre de la defensa de los derechos humanos*.

La edición de los vídeos consta pues de numerosas interrupciones que impiden conocer el contenido real de la comunicación a la que reaccionan. Sin embargo, esto les facilita el trabajo deslegitimador ya que, además de la recontextualización, los *youtubers* pueden construir al feminismo como un movimiento de sentido único, es decir, totalizador y autoritario que carece de capacidad de diálogo. Los cortes de edición permiten presentar los valores feministas, y en concreto, a Irene Montero, alejada de *la realidad* que vive la sociedad española, que como indica UTBH, tiene unas prioridades *más* pertinentes, como la crisis energéticas o la guerra debido a la invasión de Rusia a Ucrania.

Otro recurso popular en los vídeos-reacción de los *youtubers* es ridiculizar las peticiones y propuestas feministas. En su llamado *noticiero giliprogre*, LYLQS[5], re-

4. El vídeo al que nos referimos es el siguiente: https://www.youtube.com/watch?v=FP8LrVuTld8&t=275s (Consultado en abril de 2022)
5. Para ver el vídeo: https://youtu.be/QZqW8NsCKcM (Consultado en abril de 2022)

acciona a un hilo de Twitter de una mujer que defiende el tuit de Irene Montero sobre la Ley de Libertad Sexual que reivindicaba el siguiente lema: *Sola y borracha quiero llegar a casa*. En este vídeo, LYLQS *desmonta* este eslogan feminista, cuestionando su lógica y reduciendo su mensaje a un razonamiento *femiprogre* y, de nuevo, no conectado con los problemas reales sociales. La idea del consentimiento en prácticas sexuales se suprime, ya que LYLQS reproduce en su respuesta al tuit el discurso misógino que responsabiliza las víctimas de sufrir violencia por estar bajo los efectos del alcohol. De esta forma, el reclamo feminista del consentimiento sexual se desestima y se produce una lectura infantilizada de las reivindicaciones feministas que banaliza la violencia sexual. En este sentido, es popular la ridiculización de las charlas sobre igualdad, especialmente en institutos, o lo que llaman estos *youtubers* como *chochocharlas*. Esta resignificación descalificativa de las charlas feministas aparece como un táctica de desprestigio fundamental que les permite desarticular actividades y valores feministas a través de su trivialización y sorna (García-Mingo y Díaz-Fernández, en prensa).

A pesar de este trato de burla hacia el feminismo, los *youtubers* hablan de los avances feministas como una amenaza social que necesita ser detenida.

5.2. Instigando la movilización: interpelando a la audiencia

La visión del feminismo hegemónico amenazante, en especial al hombre blanco cis-hetero, es compartida en la manosfera española. En el ámbito de youtube, esta postura se articula desde unas prácticas comunicativas que les permiten interpelar a la audiencia y así instigar a la movilización para plantar cara al feminismo.

Una primera práctica comunicativa observada en nuestro trabajo etnográfico y que argumentamos actúa de paraguas para otras empleadas por los *youtubers* se centra en la construcción de un discurso *verdadero* sobre el feminismo. En su trabajo sobre los hombres señalados por el movimiento #MeToo, Banet-Weiser (2021) explica cómo estos, para crear su defensa, reproducen un discurso masculinista que posiciona al feminismo como el enemigo vengativo y a ellos como víctimas. Desde esta auto-victimización, Banet-Weiser (2021) explica, los hombres construyen una posición de autoridad que asumen y a través de la cual desmienten el feminismo y muestran *realmente sus intereses verdaderos*. La idea de victimización masculina ha sido explorada como una estrategia patriarcal que permite reinstaurar a los hombres la racionalidad masculina, lo que a su vez legitima su misoginia, puesto que se presenta como una realidad objetiva (Díaz-Fernández y García-Mingo, en prensa). Tanto Roma Gallardo, LYLQS y UTBH reproducen esta autoridad y

construyen su discurso a través de una racionalidad masculina que les capacita para exponer la supuesta cara oculta y verdadera del feminismo.

Los *youtubers* diseminan su discurso antifeminista e instigador a través de dos prácticas. La primera tiene que ver con la expresión corporal, siendo así una práctica no-discursiva, que los creadores de contenido adoptan. Mientras que en los vídeos-reacción los *youtubers* exhiben un lenguaje corporal más relajado y un tono irónico de sorna con el fin de trivializar el feminismo, en los vídeos de interpelación su disposición cambia. En este tipo de contenido, el modo de comunicación endurece a través de signos corporales masculinos: mirada fija a cámara, voz elevada llegando a bramar en determinadas ocasiones, uso de palabras malsonantes y gesticulación exagerada. De esta forma, se performativa la masculinidad en códigos de lenguaje corporal que le dota de autoridad (Sloan, 2016).

Este encallecimiento de la comunicación por parte de los *youtubers* sugiere un cambio en su conceptualización del feminismo y el mensaje que quieren hacer llegar a sus espectadores: el feminismo ya no se trata como algo ridículo, sino como una amenaza real, lo que nos lleva a la segunda práctica identificada: el repetido uso de cifras y datos supuestamente reales con los que se puede desmontar el feminismo. Según LYLQS[6], desde esta perspectiva, el feminismo se entiende como *una focalización exclusiva incluso inventados que tienen las mujeres analizándolos totalmente de forma descontextualizada*. Las cifras que presentan en los vídeos suelen estar relacionadas con denuncias falsas, partidas de dinero público manipuladas para, en sus palabras, abastecer *el chiringuito feminista de Montero*, así como datos sobre los mayores índices de mortalidad y violencia de los hombres.

En relación a las *chochocharlas*, un *youtuber* muy vocal en su rechazo es Roma Gallardo, quien anima a sus seguidores menores o aún cursando educación obligatoria a no acudir a este tipo de eventos organizados en su centro. En su vídeo, Roma Gallardo afirma lo siguiente: *no os pueden obligar a recibir materia sobre una doctrina, sobre una ideología, eso es faltar a vuestra libertad*. Así, Roma enmarca el repudio hacia las charlas sobre igualdad como un ejercicio de libertad, y a las charlas en sí mismas como una imposición ideológica. Roma apela a los espectadores en segunda persona, estableciendo de esta forma una relación directa entre ellos, y una dinámica en la que Roma presenta sus ideas para ser aceptadas e internalizadas por los espectadores. Este tipo de práctica comunicativa facilita la interpelación del público, ya que se sienten llamados para unirse a la cruzada antifeminista con el fin de conseguir la libertad del feminismo.

6. Para ver el vídeo referido: https://youtu.be/F3_3wwSlLiw (Consultado en abril de 2022)

En este sentido, la cruzada contra la ideología de género aparece como pieza fundamental en el puzzle antifeminista digital (Rothermel, 2020), y en el contexto de *youtuber*, adopta prácticas comunicativas específicas para lograr su cometido y movilizar a parte de la población que puede ser susceptible a su discurso misógino. Así, los *youtubers* construyen su contrapúblico antifeminista en youtube, en contraposición directa a la esfera pública, tanto digital como offline, la cual ven como ocupada por un feminismo hegemónico no legítimo y perjudicial para las libertades, ya no sólo de los hombres, sino de la población española. La cabeza de este feminismo hegemónico es la ministra Montero, objeto de burlas y vejaciones repetidas en los vídeos y discursos de los *youtubers* de nuestra muestra.

El contrapúblico subalterno antifeminista se articula desafiante ante un orden y a un consenso social que parecen estar dormidos ante el supuesto despropósito del *chiringuito* feminista. De esta forma, el chiringuito se convierte en un eufemismo de dominación social, y el antifeminismo, en una posición discursiva con legitimidad política. Explorar cómo se reciben estos mensajes por parte de los jóvenes españoles es fundamental para determinar si este contrapúblico antifeminista de YouTube está penetrando más allá de los límites de la plataforma.

6. ECO ANTIFEMINISTA

Los grupos de discusión que se llevaron a cabo dentro del marco de nuestra investigación estaban caracterizados por albergar una diversidad de posicionamientos ideológicos. A pesar de esta pluralidad política en lo discursivo, encontramos que la impresión del feminismo de los hombres jóvenes participantes estaba atravesada por un sentimiento de rechazo al feminismo, en distintos grados, que guarda resonancia con los discursos de *youtubers* antifeministas. Más concretamente, identificamos que los mensajes de los *youtubers* antifeministas están dando forma a cómo los jóvenes entienden el feminismo como totalizador, lo que sienta las bases para adoptar un posicionamiento antifeminista *legítimo* entre estos.

La creencia del feminismo como un movimiento totalizador se construye en base los siguientes cuatro convicciones que desarrollamos a continuación. La primera, el feminismo concebido como corriente hegemónica.

> Extracto 1.
>
> *creo que hoy en día lo que busca una gran parte de... del feminismo es una superioridad ante el hombre por quizá los años que ha habido anteriormente, ¿no?* (Max, 26 años, mundo de la noche y el gimnasio).

En este extracto, se observa una clara calificación del feminismo como movimiento que busca la supremacía femenina como una venganza ante la dominación masculina de los años anteriores. En este sentido, se construye a un feminismo vindicativo que tiene en su centro de mira al hombre. Esto nos lleva a la segunda convicción, el feminismo como agente ideologizador, con especial énfasis preocupante en su presencia en el ámbito educativo mediante las charlas de igualdad, o las llamadas *chochocharlas*.

Extracto 2.

[...]*si algún día mi hijo recibe clase de...de ese tipo, que yo crea que es una ideología porque es una ideología, intentaré que... no se si impedirle que vaya pero..pero por lo menos hablar con él y decirle esto es lo que hay ¿no? Pero no imponérselo porque lo que están haciendo es imponérselo y eso no me gusta.* (Gonzalo, 26 años, *foreros* y *bitcoiners*)

En el fragmento, el feminismo se enmarca como una ideología, haciéndose eco de las caracterizaciones de los *youtubers*. Presenta, de esta forma, a las charlas sobre igualdad como una imposición de la que él protegería a sus hijos, para contarles la *verdad* (*decirle esto es lo que hay*). Así, Gonzalo parece también asumir la posición identificada en las prácticas comunicativas de los *youtubers* de desvelar la verdad del feminismo gracias a su racionalidad masculina (Díaz-Fernández y García-Mingo, en prensa; Banet-Weiser, 2021). Esta capacidad de exponer la cara oculta del feminismo les llevan a revelar, consecuentemente, los supuestos intereses económicos que mueven al feminismo, lo que supone la tercera convicción; el feminismo es un chiringuito (de Irene Montero). Al igual que en las prácticas de los *youtubers* analizadas, la figura de Irene Montero aparece en las narraciones de los participantes.

Extracto 3.

[...] *tenemos a personas como Irene Montero con más de quinientos millones de euros, en una ley... en un ministerio que no ha funcionado y subiendo cada vez más la, la... los presupuestos que tiene ese ministerio, y es lo que no entiendo* (Paco, 22 años, votantes de derechas).

Extracto 4.

[...] *ahora resulta que tenemos, cierto, el macroministerio de Irene monentoro quinientos millones de euros y el movimiento feminista que va, una parte del movimiento feminista, que va pegado a este y que es apoyado constantemente desde el gobierno* (Samu, 22 años, votantes de derechas).

En estos fragmentos se construye al feminismo como institucionalizado y beneficiario de una gran cantidad de presupuestos. Así, el feminismo se entiende

como un movimiento cuya voluntad es sacar rédito económico propio, en última instancia, que son *chiringuitos*. Con esta visión, las políticas feministas se deslegitiman puesto que se tachan de ineficaces, y, como argumenta Cabezas (2022: 335) se reproduce una percepción pública del feminismo como de un movimiento *parásito-oportunista*.

Como última y cuarta convicción, identificamos la victimización masculina, la cual se narra a través de dos posiciones diferentes: la de hombres que se consideran feministas pero se sienten excluidos del movimiento, y la de hombres antifeministas que consideran el feminismo como el enemigo opresor. En relación a la primera, el miedo a quedarse excluidos se manifiesta con la preocupación de que los hombres se queden fuera del feminismo, inquietud que Omar comparte.

> Extracto 5.
>
> [...] *creo que, pues es importante que los hombres acompañen en el movimiento porque al final somos la otra mitad, entre comillas, la otra mitad del planeta y para cambiar la sociedad necesitas a todo el mundo. Y yo tampoco entiendo que sea necesario esos espacios no mixtos en los que sea la mujer la que lleve las riendas y eso, pero, al final el movimiento para que cale y para que se haga una realidad en la sociedad yo creo que necesita que todo el mundo lo-lo persiga, y lo comparta y lo hable* [...] (Omar, 20 años, votantes de izquierda).

En este extracto, Omar reivindica el rol del hombre dentro del feminismo como indispensable para su éxito social y reafirma la necesidad de integrarse en el movimiento rechazando los espacios no mixtos liderados exclusivamente por mujeres. En este sentido, Omar defiende un feminismo inclusivo hacia el hombre, y reclama que el movimiento sea paritario.

Del miedo a ser apartado del feminismo por su género, opinión que se aleja de la compartida por los *youtubers* analizados, sí encontramos resonancia con los mensajes de LYLQS, UTBH y Roma Gallardo con otros hombres de los grupos de discusión, los cuales adoptan la postura victimizador masculino.

> Extracto 6.
>
> [...] *ser un hombre blanco... al uso heterosexual, es complicado desde el punto de vista legal desde luego, tenemos eh... un... hecho que es, que la mera palabra en el caso de las condenas por violencia de género, una vez aplicada la ley, la palabra de la mujer, basta para sentenciar en un primer momento, y es decir se invierte la carga de la prueba, es totalmente contrario al derecho* [...] (Paco, 22 años, votantes de derechas).

En este fragmento, el hombre se construye a expensas de las mujeres en cuanto a lo que el sistema judicial se refiere, lo que consecuentemente mueve a Paco a declarar que, ser un hombre blanco es *complicado*. Con esta proclamación, los

hombres se conciben a sí mismos como víctimas del feminismo hegemónico e institucionalizado, el cual es culpable de la pérdida de la presunción de inocencia. Así, la violencia de género se trivializa, cuestionando el marco jurídico que la ampara ya que se entiende como favoreciendo únicamente a la mujer. De esta manera, los roles de hombre perpetrador y mujer víctima se revierten para legitimar su latiente antifeminismo (Cabezas, 2022).

En nuestro análisis identificamos que la visión del feminismo como totalizador basado en estas cuatro convicciones especificadas, lleva a los hombres a adoptar un posicionamiento antifeminista que legitima su victimización y su misoginia. Ilustrador de esto es una opinión compartida por Yon, quien parece excusar la postura antifeminista, hablando sobre la gran visibilidad de la que goza el feminismo en los medios de comunicación actuales.

> Extracto 7.
>
> *Entonces también que un problema únicamente acapare toda la atención pública pues sí que tiene que desprender un poco de odio, pero al final no creo que la solución sea sea ir contra ese problema, si no darle cabida a los demás problemas* (Yon, 23 años, votantes de izquierdas)

Aquí se articula una visión del feminismo acaparador, lo que resuena con los sentimientos de los *youtubers* que muestran su preocupación y rechazo a la hegemonía del feminismo en las sociedades contemporáneas. Aunque no se adopta una posición enteramente antifeminista (*no creo que la solución sea ir contra ese problema*), sus palabras sí parecen indicar la indignación legítima u odio legítimo (Evans y Riley, 2022) como consecuencia de su acaparación de la atención pública.

El fragmento de Yon es esclarecedor ya que, argumentamos, se hace eco de lo que se considera como una reacción antifeminista de resonancia global (Cupać y Ebetürk, 2020). En nuestra investigación, observamos que las posturas antifeministas proliferadas y reproducidas por los *youtubers* LYLQS, Roma Gallardo y UTBH, están, como se explica en el extracto 7, ligados a la creencia en la existencia de un feminismo hegemónico que discrimina y oprime a los hombres, y se encuentra legitimado socialmente puesto que tiene dominio de la esfera pública actual. Consecuentemente, la gestación de los sentimientos antifeministas se traducen en nuestro caso de estudio *youtuber*, en la construcción de un contrapúblico antifeminista que, consideramos, tiene como objetivo refeudalizar la esfera pública, y restaurar la supremacía masculina en la sociedad.

El contrapúblico antifeminista se erige, explica Fraser (1990) como respuesta a las formas dominantes de deliberación, que funcionan como el trasfondo para la formación y la reconstrucción de identidades sociales, puesto que las esferas

públicas delinean un escenario cultural específico dentro del cual hay valores o pronunciamientos aceptados, y otros rechazados. En este sentido, los *youtubers* analizados contribuyen a la creación de un contrapúblico antifeminista que facilita la constitución de identidades sociales antifeministas, argumentamos, con el objetivo de recuperar, re-apropiar y, refeudalizar, la esfera pública digital.

7. CONCLUSIÓN

El 21 de abril de 2022, Naim Darrechi, quien cuenta con más de 28 millones de seguidores en TikTok, compartió en su canal de Instagram, donde tiene 6.5 millones de seguidores, una serie de vídeos donde declaraba que en España existía una desigualdad legislativa que resultaba en una subordinación legal del hombre y en una superioridad de la mujer en el ámbito jurídico. En base a este razonamiento, Darrechi invita a sus seguidores a cambiarse de género de forma legal para poder aprovecharse de los beneficios legales otorgados a las mujeres. El mensaje de Darrechi se hace eco así de los discursos antifeministas de los *youtubers*[7].

En este artículo, hemos explorado la construcción de un contrapúblico antifeminista en la plataforma YouTube analizando a tres *youtubers* españoles abiertamente antifeministas. Hemos analizado las prácticas comunicativas digitales que realizan los *youtubers* para diseminar sus discursos misóginos, identificando dos prácticas concretas: 1) vídeos-reacción y 2) interpelación directa. En nuestro análisis, entendemos que estas prácticas tienen una doble función; la primera, pretenden deslegitimar el feminismo y la segunda, buscan movilizar a la población para participar en el contrapúblico feminista y unir fuerzas en la guerra cultural contra el feminismo. Partiendo de información recogida a través de grupos de discusión, reconocemos las resonancias y el potencial movilizador del contrapúblico antifeminista digital. Los hombres de los grupos presentaban miedos, preocupaciones y posicionamientos similares al expresado por los *youtubers* en su contenido audiovisual, especialmente en relación a la victimización masculina y de percepción del feminismo como instrumento ideologizador, excluyente y hegemónico.

7. Cabe destacar que en julio de 2021 Darrechi fue acusado por Irene Montero ante la Fiscalía, de delitos sexuales a raíz de un vídeo en el afirmó haber practicado *stealthing*, es decir, la práctica de quitarse el preservativo sin consentimiento durante las relaciones sexuales.

El auge del antifeminismo y el negacionismo de género es indudable[8], y alarmante, especialmente si, como es el caso de Darrechi, *influencers* con millones de seguidores se unen a la causa y utilizan sus plataformas para diseminar discursos en contra del feminismo llamando a la movilización de los hombres. Es necesario, pues, entender las redes sociales como potenciales reproductoras de desigualdades sociales en la construcción de la esfera pública digital (Holm, 2019). Teniendo en cuenta esto, es pertinente que las investigaciones en este campo se centren en comprender, por una parte, cómo los discursos antifeministas encuentran su lugar en diferentes plataformas digitales, presentándose como lo única postura racional y abanderando el discurso de la libertad masculina, y por otro, observar las dinámicas de poder que construyen la esfera pública digital y el rol que juega en el proceso contrapúblico antifeminista como herramienta legitimadora de sentimientos anti igualitarios, y, potencialmente, antidemocráticos.

8. FINANCIACIÓN

Investigación financiada por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

9. BIBLIOGRAFÍA

Alonso-González, M. (2021). Activismo social femenino en la esfera pública digital. *Vivat Academia. Revista De Comunicación*, 154, pp. 133-156. https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1239

Banet-Weisser, S. (2021). 'Ruined' lives: Mediated white male victimhood. *European Journal of Cultural Studies*, 24(1) pp. 60-80. DOI: https://doi.org/10.1177/1367549420985840

Bonet-Martí, J. (2021). Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 18(1), pp. 61-71. DOI: https://doi.org/10.5209/tekn.71303

Cabezas, M. (2022). Silencing Feminism? Gender and the Rise of the Nationalist Far Right in Spain. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 47(2), pp. 319-345. DOI: https://doi.org/10.1086/716858

8. En septiembre de 2021 el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y juventud, FAD, publicó el *Barómetro Juventud y Género 2021*, donde 1 de cada 5 jóvenes y adolescentes se veían legítimos a declarar que la violencia de género como un "invento ideológico", suponiendo un notable aumento respecto 2019.

Cupać, J., y Ebetürk, I. (2020). The personal is global political: The antifeminist backlash in the United Nations. *The British Journal of Politics and International Relations*, 22(4), 702–714. DOI: https://doi.org/10.1177/1369148120948733

Díaz-Fernández, S. y E. García-Mingo (2022): "Wounded men of feminism: exploring regimes of male victimhood in the Spanish manosphere" (en prensa)

Evans, A., y Riley, S. (2022). The righteous outrage of post-truth anti-feminism: An analysis of TubeCrush and feminist research in and of public space. *European Journal of Cultural Studies*, 25(1), 25–42. DOI: https://doi.org/10.1177/1367549420951574

Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, *25/26*, pp. 56–80. DOI: https://doi.org/10.2307/466240

García-Mingo, E. y Prieto-Blanco, P. (2021): "#SisterIdoBblieveyou: performative hashtags against patriarchal justice in Spain", *Feminist Media Studies*. DOI: 10.1080/14680777.2021.1980079

García-Mingo, E., Díaz-Fernández, S. y Tomás-Forte, S. (2022) "(Re)configurando el imaginario sobre la violencia sexual desde el antifeminismo: el trabajo ideológico de la manosfera española", *Política y Sociedad* (en prensa)

Habermas, J. (1974[1964]). 'The public sphere: an encyclopedia article', *New German Critique* 3 (1): pp. 49–55.

Hine, C. (2008): "Virtual ethnography: modes, varieties, affordances", wn N. G. Fielding, R. Lee, G. Blank (Eds.), *The SAGE Handbook of online research methods*, London: Sage, pp. 257-270.

Holm, M. (2019). *The Rise of Online Counterpublics? The limits of inclusion in a digital age*. Tesis Doctoral. Uppsala Universitet. Disponible en: http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1329534/FULLTEXT01.pdf (Consultado en abril de 2022).

Ibáñez, J. (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: teoría y práctica*. Siglo XXI de España Editores, Madrid.

Núñez Puente, S. y Gámez Fuentes, M. J. (2017). Spanish feminism, popular misogyny and the place of the victim. *Feminist Media Studies,* 5(17), pp. 902-906. DOI: https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1350527

Parada Dueñas, F. J., y Cano López, T. (2013). El carácter híbrido de las dinámicas grupales online: del grupo de discusión al grupo focal. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (58), pp. 1-25.

Pecourt, J. (2015). La esfera pública digital y el activismo político. *Política y Sociedad,* 51(1), pp. 75-98. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_POSO.2015.v1.n52.45423

Pibernat Vila, M. (2021): "Misoginia youtuber: conseguir audiencia con humor sexista". *Investigaciones Feministas*, 12(1), pp. 47-56. DOI: https://doi.org/10.5209/infe.69376

Pink, S., H. Horst, J. Postill, L. Hjorth, T. Lewis y J. Tacchi, J. (2019): *Etnografía Digital. Principios y práctica*. Las Rozas: Morata.

Rothermel, A.-K. (2020): "The Other Side": Assessing the Polarization of Gender Knowledge Through a Feminist Analysis of the Affective-Discursive in Anti-Feminist Online

Communities", *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society,* 27(4), pp. 718-741. DOI: 10.1093/sp/jxaa024

Sánchez-Labella Martín, I., y Romo Parra, C. (2021). Presencia del feminismo institucional en YouTube: estrategia de difusión de la información y ¿movilización de la ciudadanía?. *Investigaciones Feministas*, *12*(1), pp. 79-89. https://doi.org/10.5209/infe.68913

Schacht, S. P. (1996). Misogyny on and off the "pitch": The gendered world of male rugby players. *Gender & Society*, 10(5), pp. 550-565. doi:10.1177/089124396010005004

Willem, C. y Tortajada, I. (2021). Gender, voice and online space: expressions of feminism on social media in Spain. *Media And Communication*, 9(2), pp. 62-71. DOI: 10.17645/mac.v9i2.3851

10. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Bates, L. (2020). *Men who hate women: From Incels to Pickup Artists, the Truth about Extreme Misogyny and how it Affects Us All.* Nueva York: Simon & Schuster UK.

Krendel, A. (2020). The men and women, guys and girls of the 'manosphere': A corpus-assisted discourse approach. *Discourse & Society*, 31(6), 607–630. DOI: https://doi.org/10.1177/0957926520939690

Rodríguez, E., Calderón, D., Kuric, S. y Sanmartín, A., (2021). Barómetro Juventud y Género 2021. Identidades, representaciones y experiencias en una realidad social compleja. Madrid. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fad. DOI: 10.5281/zenodo.5205628

Capítulo 4

Violencia intrafamiliar como pretexto para la deslegitimación de la violencia de género

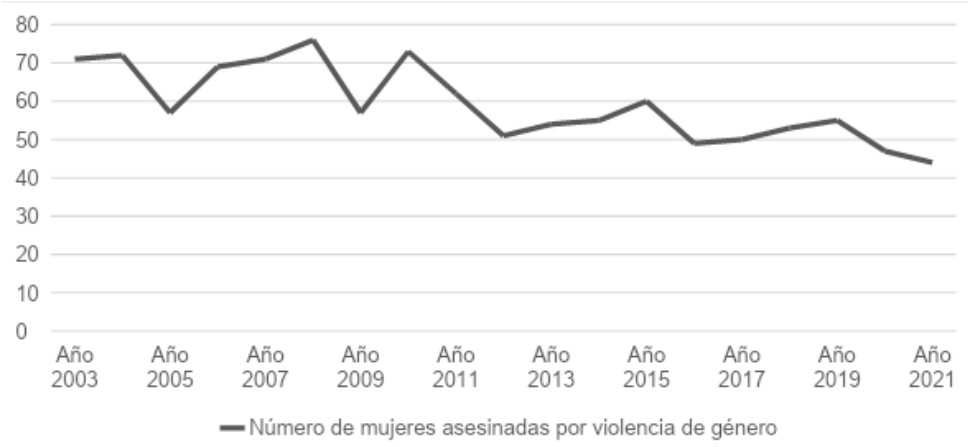
Alberto Monroy Trujillo
Contratado FPU en la Universidad Complutense de Madrid
almonroy@ucm.es

1. INTRODUCCIÓN

La violencia ejercida por el hombre hacia la mujer ha tenido, tiene y tendrá muchos obstáculos para su eliminación. En este capítulo nos centramos en un debate puramente terminológico y que se dirime en el campo de la semántica. Por un lado, hay una corriente social que dispone que esta violencia ha de ser llamada de género, pues entiende que hay un componente inequívoco que destaca la violencia de un género (masculino) sobre el otro (femenino) en el ámbito de las relaciones de pareja. Por supuesto sin olvidar que la visión de la sociedad a través de dos únicos géneros está quedando obsoleta. Por otro lado, encontramos la corriente que defiende que el término correcto es violencia intrafamiliar. Este término elimina el componente de género de su enunciado.

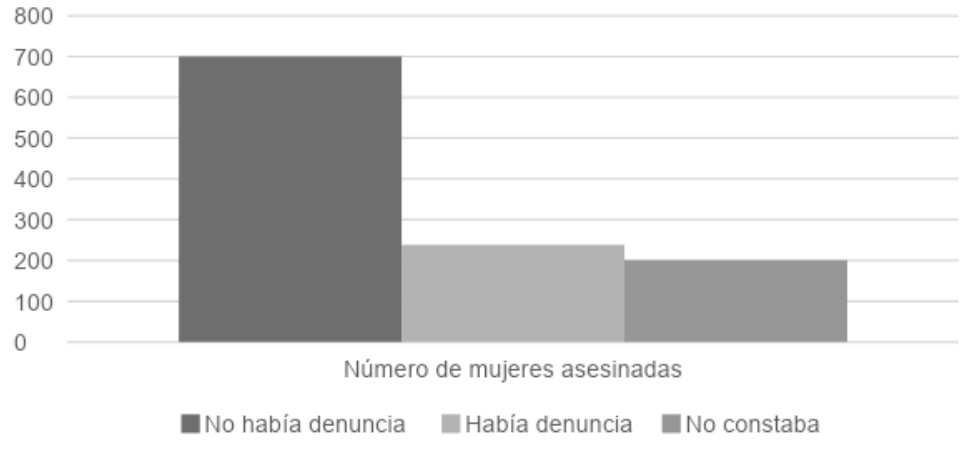
Concretamente, en este capítulo debatimos el paso atrás que el partido mayoritario de la ultraderecha española, Vox, quiere promover al respecto. En su documento Agenda España, destacan lo siguiente: "Derogación inmediata de la Ley Integral de Violencia de Género, que consagra la asimetría penal y la desigualdad entre hombres y mujeres y atenta contra los pilares básicos del Estado de derecho" (Vox, 2021a).

Este cambio legal es uno de los caballos de batalla para la formación. Acabar con la discriminación positiva legal que esta ley otorga a las mujeres con el objeto de protegerlas ante situaciones que potencialmente pueden ser letales. Lo que Vox no desarrolla es la solución que encontrará para cubrir las necesidades que actualmente cubren los programas de protección de víctimas y menores. Esta discriminación positiva tiene como origen la Ley Integral de Violencia de Género o Ley Orgánica 1/2004. El principal objeto de dicha ley es "actuar contra la violencia que, como manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres" (BOE, 2004).



Gráfica 1: Número de mujeres asesinadas por violencia de género entre 2003 y 2021 (Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, 2022)

En la Gráfica 1 se puede observar una tendencia a la baja de los asesinatos desde el inicio del recuento. La posible vinculación de este fenómeno con la mencionada Ley de Violencia de Género es incierta, pero la situación sugiere una bajada gradual en este tipo de asesinatos. Sin embargo, una vez se aprobó la ley y hasta el año 2009, la tendencia no describe ningún patrón significativo. Por tanto, no es posible relacionar este ligero descenso a la aprobación de esta ley.



Gráfica 2: Número de mujeres asesinadas dependiendo de si habían denunciado o no entre 2003 y 2022 (Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, 2022)

Los datos correspondientes a la relación entre el número de asesinatos y la situación de denuncia previa de su agresor arrojan un panorama distinto (Gráfica 2). De entre el total de l.139 mujeres asesinadas, hasta la fecha de elaboración de este capítulo, 700 no presentaron una denuncia previa. En cambio, 238 sí lo hicieron y de 201 no constaban datos o no se pudo precisar la situación. La interpretación de estos datos puede inclinarse en la asunción de que esta ley, y los recursos que habilita para las mujeres denunciantes, ha tenido un impacto positivo. Aquellas mujeres que no denuncian a sus agresores son más proclives a acabar en una situación fatal. Si bien es cierto que para hacer aseveraciones rotundas sería conveniente el estudio meticuloso de las situaciones de cada una de las víctimas.

2. EL CAMBIO SOCIAL TRAS LA CRISIS DEL 2008

Escribir sobre cualquier proceso de cambio o evolución social en los tiempos recientes obliga a mencionar la crisis financiera del 2008. En el momento más álgido del capitalismo, cuando la imagen de prosperidad alcanzaba los picos más altos nunca vistos, Lehman Brothers quebró. La quiebra del cuarto banco más importante de los Estados Unidos marcaba el inicio de una crisis que se extendió por el mundo como un relámpago. Lejos del problema financiero que no es el tema que atañe a este capítulo, la crisis que comenzó aquel año provocaría grandes movimientos ideológicos para establecer una salida a dicha situación.

La solución elegida por las grandes democracias del mundo, también de la Unión Europea y España, fue la de girar completamente hacia el neoliberalismo y sus políticas de austeridad. En palabras de Alonso y Lombardo (2018), la subordinación del bien común al proyecto neoliberal de la Unión Europea condujo a la limitación de derechos civiles como la libertad de expresión, movilización e incluso la autonomía de las mujeres. Para los autores, esta subordinación no solo afectó a la capacidad del estado de ejercer su control democrático en el proceso de toma de decisiones, sino que tuvo un gran impacto en las políticas de género. Un ejemplo de esto fueron la limitación en los derechos reproductivos de las mujeres con el cambio en la ley del aborto.

La llegada de dichas ideas a la sociedad civil daba paso a la creación o la vuelta a las ideologías más extremas. En 2013 se fundó la asociación paneuropea y extremista cristiana Agenda Europa, que tiene como objetivo restaurar el orden natural, manteniendo que las leyes tienen que reflejar las leyes naturales, que a su vez recogen la dignidad humana (Datta, 2019). La llamada dignidad humana tiene tres componentes: la protección de la vida desde la concepción a la muerte natural, la

protección de la familia tradicional (patriarcal y heterosexual) y la protección de la libertad religiosa (Datta, 2019). Esta visión reaccionaria de la sociedad ganó peso en el proyecto neoliberal europeo. La creación de Agenda Europa y cualquier otra organización similar nos ayuda a reconocer que los derechos reproductivos y otros servicios públicos por los que se ha luchado tanto tiempo no tienen que ser tomados por sentado, tienen que defenderse continuamente (Cabezas, 2022).

Este contratiempo en la lucha por los derechos de la mujer y la búsqueda de la igualdad reafirma los estereotipos de una sociedad patriarcal, con unos roles muy específicos para hombres y mujeres. Este modelo societario conduce a la búsqueda y mantenimiento de poder por parte de los hombres como recurso de validación y autoafirmación. Es por ello que la violencia de género no es más que "una consecuencia de este sistema de estatus cuando está naturalizado, así como el recurso para reforzarlo o recuperarlo cuando es impugnado o se siente amenazado" (Leache, 2022)

Uno de los conceptos más marcados de los valores patriarcales de la sociedad es el amor romántico, o su concepción tradicional mantenida en el tiempo. Cualquier concepto que tiende a establecer las condiciones de posibilidad de una relación puede conllevar al encorsetamiento y a la rigidez. En el caso del amor romántico, su repertorio interpretativo orienta las "formas adecuadas de sentir, favoreciendo las relaciones heterosexuales, románticas, monógamas y duraderas, que constituyen la base del patriarcado, generando las condiciones de posibilidad para la aparición y el mantenimiento de la violencia machista" (Serra y Madurga, 2015)

En los momentos actuales, es de imperiosa necesidad reconocer el recorrido de la violencia de género y su reconocimiento o rechazo por parte de la ciudadanía. Como cualquier conceptualización, de ello va a depender el mantenimiento o el desmantelamiento de las políticas derivadas de la lucha institucional. Es por ello por lo que los mensajes que se lanzan desde las instituciones y partidos políticos tienen una vital importancia en la validación o implantación de nuevos estándares ideológicos en la sociedad. Es más, para acabar con la desigualdad de género y la violencia en la pareja es necesario plantear una estrategia que no se base únicamente en las causas individuales, sino que trate el problema de forma holística (Vives-Cases et al., 2007).

3. LA COMPLEJIDAD DEL MOVIMIENTO FEMINISTA Y SU TRANSMISIBILIDAD

Los primeros pasos del movimiento feminista en la historia se dieron tras la Revolución Francesa. El nuevo orden social nacido de la mente de los insurrectos dejaba de

lado, de nuevo, a las mujeres. Ya no era una cuestión divina la elección de los líderes de los pueblos, sino una decisión consciente. Este hecho llenó colmó el metafórico vaso de las mujeres, hartas de gozar siempre de un escaso protagonismo a lo largo de los siglos. Desde entonces, grandes hitos se han conseguido en la lucha por la igualdad real. Desde derechos laborales al sufragio universal, pasando por los permisos paternales y maternales o la equiparación salarial que aún tiene margen de mejora.

Sin embargo, el desarrollo de la ideología feminista se ha acentuado en las últimas décadas. La cuestión del género entendido como un sistema binario ha decaído en pos de una evolución hacia lo no binario, reconociendo la existencia de otras denominaciones o formas de entender el género humano. Otro ejemplo de la complejidad que ha ido adoptando el feminismo es la inclusión de temáticas como el ecologismo, el colectivo LGTBIQ+ o la cuestión racial. En el caso del ecofeminismo, se establece una conexión entre la opresión de las mujeres y la degradación de la madre tierra. Por lo que la lucha por ambas se hace inseparable. Por otro lado, el feminismo negro entiende que la opresión a las mujeres y el racismo tienen un hilo comunicante que, al igual que en ecofeminismo, impide su entendimiento por separado.

El avance de estas nuevas corrientes del feminismo se produce al tiempo que las reivindicaciones sociales. Keskinen (2018) remarca que el feminismo negro o de color cuestiona las fronteras raciales que el feminismo tradicional o blanco a menudo incorpora. Es más, la autora remarca que esta corriente feminista ha extendido su espacio público para discutir cuestiones como políticas migratorias, la blancura de piel o las políticas de austeridad, que poco a poco se están convirtiendo en temas que el feminismo está tratando.

En cuanto al colectivo LGTBIQ+, hay varias investigaciones que apuntan a una clara discriminación no solo por su orientación sexual sino por su autodeterminación de género. Durante los meses de confinamiento en España por la pandemia de COVID-19 en el año 2020, la sociedad se vio forzada a restringir sus relaciones sociales fuera del ámbito de convivencia. Esto condujo a situaciones en las que las personas maltratadas tenían que convivir con sus agresores. López-Sáez y Platero (2022) estudiaron el impacto que esto tuvo en jóvenes de entre 17 y 21 años pertenecientes al colectivo LGTBIQ+, descubriendo que la cuestión de género también tenía un papel muy relevante en la discriminación sufrida. Su estudio probó que las mujeres jóvenes, transexuales y personas de género no binario experimentaron más riesgos a su salud psicosocial.

Un ejemplo de discriminación del colectivo se da también en cuanto a la obtención de asilo en España. La autodeterminación de género juega en contra de

aquellas personas que quieren obtener dicha ayuda institucional. En la sociedad cisgénero y heteronormativa que actualmente vertebra los ideales de nuestra sociedad es difícil encontrar un acomodo conveniente y respetuoso con el colectivo LGTBIQ+. Por ejemplo, esto conduce a políticas de dispersión sin estrategia fija de las personas queer, sin tener en cuenta sus necesidades o sus preferencias a la hora de la obtención de asilo (Wimark, 2020).

Estos avances en la ideología feminista cohabitan con una evolución cada vez más frenética de los acontecimientos, debido al avance imparable de las nuevas tecnologías y redes sociales. Los problemas que surgen en alguna parte del planeta llegan de forma casi instantánea a cualquier otro lugar, poniendo en cuestión la reproductividad del fenómeno allá donde recala. Esto provoca la anticipación de acontecimientos e incluso la solidaridad con los lugares donde los hechos están sucediendo. El movimiento feminista acostumbra a tener este efecto reflejo de solidaridad. Las noticias de la regresión en derechos reproductivos en países como Polonia, Hungría, o incluso recientemente en Estados Unidos, ponen en marcha la maquinaria de defensa de los mismos en otros lugares del planeta.

No obstante, estos avances y luchas del movimiento feminista tienen un gran punto débil: la transmisión clara de los mensajes a la ciudadanía. Como cualquier ideología, el feminismo está vertebrado por fundamentos teóricos. Moverse en el mundo de las ideas y de la teoría no está al alcance del público general. Es necesario tener un interés intrínseco. Es por ello por lo que la transmisión cobra un papel fundamental. La cuestión de la forma en la que el mensaje se transmite habilita o impide su comprensión y reproducción.

En la actualidad, la falta de precisión con el mensaje, junto con la aparición de partidos de extrema derecha que cuestionan la utilidad del movimiento, ha profundizado en las diferencias entre las personas feministas y aquella que se consideran contrarias al movimiento. Es en este momento cuando más atención se debería dedicar a la confección de los mensajes. Las generaciones Z y Alfa son especialmente susceptibles a los mensajes de las redes sociales. Es ahí donde se está fraguando el futuro ideológico del planeta.

4. VIOLENCIA DE GÉNERO O VIOLENCIA INTRAFAMILIAR

La complejidad del movimiento feminista y su evolución convive en la actualidad con movimientos reaccionarios que tratan de desviar la atención en el sentido opuesto. El debate central de este capítulo no es otro que el esclarecimiento termi-

nológico que acontece en España desde que Vox obtuvo representación y notoriedad. ¿Qué es la violencia intrafamiliar y por qué se asume como una alternativa a la violencia de género? Es realmente importante esgrimir las razones por las que un problema de fondo, con datos y con víctimas mortales se ha trasladado con éxito al plano terminológico, que pretende frenar en seco décadas de avances en derechos de las mujeres.

En el plano institucional, la violencia de género y su definición la marca la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género:

> La presente Ley tiene por objeto actuar contra la violencia que, como manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, se ejerce sobre éstas por parte de quienes sean o hayan sido sus cónyuges o de quienes estén o hayan estado ligados a ellas por relaciones similares de afectividad, aun sin convivencia. (BOE, 2004)

Esta ley orgánica reconoce la existencia de una estructura de poder en la que el hombre tiene más derechos que la mujer. Una desigualdad en las relaciones de poder. Últimamente tiene como propósito recortar esta diferencia y evitar un desenlace fatal. No obstante, esta ley no trata únicamente la prevención de la mortalidad resultante de la violencia de género. También habilita la creación de espacios didácticos y de crecimiento social que antes no existían.

Por el contrario, la intención que tiene Vox con el retroceso al término 'violencia intrafamiliar' es eliminar esa protección específica que esta ley otorga a las mujeres. Es lo que desde la formación de ultraderecha llaman discriminación en el sentido negativo de la palabra:

> Garantizar la igualdad entre españoles pasa por derogar toda legislación que atenta contra la igualdad entre hombres y mujeres, así como instrumentos políticos ineficaces y discriminatorios tales como las cuotas, la paridad obligatoria o la preferencia de un sexo sobre otro en la contratación pública. (Vox, 2021a)

Este extracto del documento Agenda España de Vox ejemplifica la visión que tiene el partido de la Ley Orgánica 1/2004. Para el partido, esta legislación representa desigualdad. Es más, sin aportar ningún dato, apuntan en la dirección de que los instrumentos políticos resultantes de dicha ley son ineficaces y discriminatorios. Como alternativa, proponen una ley de violencia intrafamiliar, también presente en el mismo documento (Vox, 2021a).

Por consiguiente, la violencia intrafamiliar tiene como objetivo equiparar todo tipo de violencias en el seno de la familia en el mismo nivel. Esto niega que haya

una posición de discriminación histórica de las mujeres con respecto a los hombres. Es más, esta equiparación también silenciaría otro tipo de violencias como la violencia vicaria o geriátrica. En esta dirección, Save the Children (2022) establece que la violencia intrafamiliar es:

> Un término tan genérico como "violencia intrafamiliar" no es el adecuado para plasmar la realidad de la violencia en las familias. En si no es suficiente para explicar que ocurre dentro de las familias y las causas que están detrás de los diferentes tipos de violencia que se generan en un núcleo familiar. Lo más correcto es hablar por separado de los tipos de violencia (de género, hacia los menores, o hacia los mayores, etc.

La equiparación de las diferentes violencias disuelve las peculiaridades que pueden ayudar a formar unas políticas específicas. No hay diferencias. Este planteamiento puede conllevar la pérdida de todo el aparato de protección a las víctimas de la violencia de género al sentirse parcial o innecesario. Tal y como refleja la anterior cita de Save the Children, es fundamental revisar las causas que hay detrás de cada uno de los tipos de violencia que se ejercen en el seno de la familia. Por ejemplo, deslegitimar la violencia de género trae consigo la ocultación de las lógicas heteronormativas y patriarcales que rigen la humanidad.

Es por eso que la desaparición de las distinciones en los diferentes tipos de violencia puede tener un efecto contraproducente. En el caso de la violencia contra las mujeres por parte de sus parejas se ha cobrado la vida de 1144 mujeres desde 2003 (Ministerio de Igualdad, 2022). Para conocer la dimensión del problema, es importante que el dato se ponga en contexto. Desde junio de 1968 hasta octubre de 2011, la banda terrorista ETA asesinó a 853 personas (*ABC*, 2021). La violencia de género y el terrorismo han sido y son las dos grandes lacras de la España democrática postfranquismo. Sin embargo, solo el terrorismo tiene el reconocimiento de todos los grandes partidos políticos actuales, incluido Vox.

5. LA INFLUENCIA DE VOX EN LA DESLEGITIMACIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

En la última década, la aceptación del término violencia de género y sus implicaciones ha sido aceptada gradualmente no solo por los partidos de izquierda, sino por los partidos mayoritarios de la derecha. Esta circunstancia está comprometida desde que Vox irrumpió en el panorama político español en 2018 con la representación en el parlamento de Andalucía y su condicionamiento al nuevo gobierno de la región formado por el Partido Popular y Ciudadanos. Su discurso ha permeado en la política española y en los partidos del sistema.

La penetración del discurso de Vox ha logrado saltar las barreras ideológicas de su espectro político y lo ha impuesto en otros espacios políticos más moderados como el que ocupa el Partido Popular. La aparente unidad en torno a la violencia de género se ha manifestado en numerosas ocasiones. Una de las más sonadas se produjo en el Congreso de los Diputados en el año 2021. Todos los grupos parlamentarios a excepción de Vox se unieron en la lectura de los nombres de las víctimas mortales por violencia de género (Hermida, 2021). Incluido el Partido Popular.

Tan solo un año después, se ha producido un hito histórico en la etapa democrática española que ha cambiado este panorama de unidad anteriormente descrito. Una formación de extrema derecha gobierna un territorio desde el desmantelamiento de la dictadura de Francisco Franco. El lugar es Castilla y León y su condición de posibilidad el Partido Popular de Alfonso Fernández Mañueco. Pese a ganar las elecciones necesitaba del ultraderechista Juán García-Gallardo Frings de Vox para optar a la investidura. Durante las negociaciones, una de las líneas rojas marcadas por Vox fue la derogación de la ley regional de violencia de género y la creación de una ley de violencia intrafamiliar.

Pese a que las negociaciones fueron tensas, Fernández Mañueco aceptó la creación de una ley contra la violencia intrafamiliar, reflejado en su acuerdo de investidura con Vox:

> Aprobaremos una ley de lucha contra la violencia intrafamiliar para promover medidas preventivas y dotar de una protección adecuada a sus víctimas. Actualizaremos la normativa vigente en materia de protección para mejorar la atención a las víctimas, especialmente cuando sean menores, mayores, mujeres, personas con discapacidad o personas vulnerables, y con especial énfasis en el medio rural, garantizando la igualdad. (Partido Popular de Castilla y León y Vox, 2022)

Tal y como advertía Save the Children (s.f.), este párrafo denota la equiparación de un gran número de violencias, incluso si la comparación no es posible por la dimensión de cada una de ellas. Esta es la primera victoria clara de la ideología de extrema derecha en un gobierno en el actual período democrático. La violencia de género se ha convertido en la moneda de cambio para que Fernández Mañueco sea reelegido como presidente de la Junta de Castilla y León. Esta creación de una ley que ofrece algún tipo de protección a las mujeres estará sin duda solapada con la amplia protección que reciben por parte de la Ley 1/2004 de Violencia de Género. Por tanto, el deseo de Vox de derogar la ley autonómica en dicha materia puede tener recorrido.

Pese a que el Código Penal en España no menciona en ningún momento la violencia intrafamiliar, es de especial interés que las investigaciones futuras esta-

blezcan el origen de esta reivindicación y su denominación por parte de Vox. Los países latinoamericanos, que van a la retaguardia en cuanto a los derechos de las mujeres, sí tienen leyes en este sentido, con este mismo nombre. La cuestión principal que debe llevar a la reflexión es si esta regresión legal traerá beneficio alguno a la sociedad española en caso de concretarse.

6. ARGUMENTOS PRINCIPALES EN CONTRA DE LA LEY DE VIOLENCIA DE GÉNERO

Una vez que se ha expuesto la intención de Vox de generalizar la ley y deshacer los avances en materia de protección de las víctimas de violencia de género, es momento de revisar los principales argumentos a favor de la derogación de la Ley 1/2004. La formación de ultraderecha reflejó en un hilo de tuits en 2019 (Vox, 2019) una serie de argumentos que cambiarían la prioridad existente en torno al asunto. Por ejemplo, se aboga por la cadena perpetua como la solución, o el control de lo que ellos denominan la inmigración ilegal. No obstante, hay tres fundamentales a destacar. El primero, el debate de inconstitucionalidad que pretende reabrir Vox. El segundo, la afirmación de que la ley es inútil puesto que los asesinatos no bajan. El tercero, las denuncias falsas y el impacto que le atribuyen.

Comenzando por el debate de inconstitucionalidad, la diputada de Vox Macarena Olona, expresó lo siguiente: "Es una ley que quebranta el principio de igualdad de todos los españoles ante la Ley" (Vox, 2021b). Cabe destacar que no este argumento no es nuevo. Desde el mismo momento en el que la ley se concibió, la constitucionalidad se ha puesto en duda, siempre aludiendo a la violación del artículo 14 de la Constitución Española. "Los españoles son iguales ante la ley, sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social" (BOE, 1978). Asumir que la ley quebranta la igualdad entre hombres y mujeres es la demostración de que no se reconoce una desigualdad social previa. Es por esta razón que es necesario recordar lo que establece el punto 9.2 de la Constitución Española:

> "Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social" (BOE, 1978).

La Ley 1/2004 nació con la intención de corregir una desigualdad para garantizar ese artículo 9.2 de la Constitución. Las instituciones públicas deben velar por

remover esos obstáculos que dificultan o impiden la libertad y la igualdad entre individuos. Esa situación es denominada discriminación positiva. De hecho, en una sentencia histórica, el Tribunal Constitucional avaló en el año 2008 la constitucionalidad de la norma.

El segundo gran argumento de Vox en contra de la Ley de Violencia de Género es el que atañe a la afirmación de que los asesinatos no han disminuido. En la Gráfica 1 que se ha ilustrado al principio del capítulo se puede observar un descenso en el número de víctimas mortales por violencia de género. "La ley ha demostrado ser un fracaso y una mera herramienta ideológica con la que confrontar a hombres y mujeres. Los asesinatos no han bajado y los presupuestos para asociaciones y estructuras políticas han aumentado" (Vox, 2019). Desde las 71 del año 2003 a las 44 del año 2021. Pese a que los números no reflejan la tan ansiada desaparición de la violencia de género, la disminución de víctimas mortales es una realidad. Sin embargo, tal y como se reflejaba al inicio del capítulo, no es posible establecer una vinculación directa entre la Ley 1/2004 y la dicha disminución.

El tercer argumento que esgrime Vox es el de las denuncias falsas y la indefensión del hombre frente a ellas. Toda discriminación positiva tiende a generar reticencias en quienes no la reciben. Tantas que, a veces, se presume que se va a usar de una manera fraudulenta o delictiva. Las denuncias falsas son un delito. El argumento de las denuncias falsas es también un argumento que Vox ha heredado en el tiempo y que no tiene fundamento estadístico.

Gráfica 3: Número de denuncias falsas por violencia de género totales en comparación con las totales entre 2009 y 2019 (Fiscalía General del Estado, 2020)

En la Gráfica 3 se puede observar que, desde el año 2009, el número de condenas por denuncias falsas por violencia de género se mantiene alrededor de 0. De

hecho, en el año 2009, 11 mujeres fueron condenadas por denuncia falsa, mientras que en el 2019, el número se redujo a cero. Esta circunstancia se produjo pese al aumento en las denuncias, que pasaron de 135.540 en 2009 a 168.057 en 2019. Esta estadística ofrecida por la Fiscalía General del Estado es la única que ofrece estos datos. Pese a la rotundidad ofrecida, es común encontrarse con representantes públicos que utilicen este argumento para deslegitimar la Ley 1/2004.

Este argumento dirigido a los hombres a menudo se traslada con una alarma importante. En noviembre de 2020, la diputada valenciana por Vox, Ángeles Criado, decía lo siguiente: "Sus políticas de ideología de género están provocando suicidios de hombres, y también de mujeres, que injustamente y por denuncias falsas se quedan sin lo que más quieren: sus hijos; y también sin casa, se quedan sin nada" (Vox, 2020). Esta idea, que aparece en la página web de Vox, sin ningún estudio pormenorizado que les haya conducido a esta conclusión, va más allá de protestar en contra de las denuncias falsas. Establece que las políticas destinadas a la igualdad de género están conduciendo a la muerte de hombres. No hay datos que respalden esta afirmación. Desmantelar los elementos protectores de las mujeres ofrecidos por la actual legislación, basándose en argumentos con escaso o nulo fundamento factual puede generar un desequilibrio social contraproducente.

7. CONCLUSIONES

En el año 2004, la aprobación de la Ley 1/2004 trataba de corregir la lacra social que representaba y representa la violencia de género. Hoy en día, ese anhelo sigue vigente. La sociedad se sigue enfrentando a un gran número de pérdidas de mujeres a manos de sus parejas o exparejas. Algunos de los indicadores que se han expuesto invitan a avistar una cierta mejoría, pero insuficiente. El número de asesinatos es ligeramente menor y el número de mujeres asesinadas después de haber interpuesto una denuncia contra su agresor es claramente inferior al de aquellas que no la habían interpuesto. Además, el aumento en el número de denuncias puede ser interpretado como una pérdida de miedo a realizarlas.

Es importante recalcar el papel de la comunicación en este momento tan complejo que vivimos. Los avances tecnológicos en la última década han permitido la difusión de ideas a niveles inimaginables. Es por ello por lo que el feminismo entendido como una ideología evolutiva se ha desarrollado exponencialmente. El feminismo actual no solo vela por los intereses de las mujeres blancas, heterosexuales y cisgénero, también tiene en cuenta las cuestiones raciales, el colectivo

LGTBIQ+ e incluso al medio ambiente. Este importante desarrollo ideológico debe ser correspondido con una comunicación clara y efectiva que minimice las posibilidades de pérdida de información, interés o utilidad.

Es precisamente esta complejidad la que están utilizando partidos de ultraderecha, como Vox, para deslegitimar la lucha contra la violencia de género y la igualdad real que persigue el feminismo. El negacionismo y la regresión legal a la que pretende someter este partido a la sociedad española es un fenómeno que merece ser estudiado con calma. La utilización de argumentos sin evidencias contrastables es un peligro real. Los tiempos en los que contrastar la información es tarea difícil, por la velocidad a la que se producen los acontecimientos, dificultan la verificación de las afirmaciones políticas.

Ese es el terreno en el que se mueve Vox y el que le ha permitido reabrir el debate en torno a la violencia de género y llevarlo a negociaciones de gobierno. En este capítulo se ha analizado la propuesta contraria a la Ley 1/2004, la ley de violencia intrafamiliar que propone Vox. Una ley que equipararía todo tipo de violencias dentro de la familia, asumiendo que la violencia contra la mujer no es un asunto que deba tener una atención política especial.

La deslegitimación de la terminología de la violencia de género no es sino uno de los asuntos en los que los partidos reaccionarios de extrema derecha pretenden someter a la población mundial, especialmente en materia social. El globalismo, la multiculturalidad o la política centrada en la búsqueda de la igualdad real entre hombres y mujeres son asuntos contestados por dichas formaciones. El nacionalismo, el rechazo a la multiculturalidad o la deslegitimación de la violencia de género están en el ADN de estos partidos. Unas ideas que han ganado espacio desde la crisis del 2008 y que han ganado peso desde la crisis del COVID-19 y la Guerra de Ucrania. La atención del movimiento feminista y de la lucha contra la violencia de género vive una época crucial para defender los avances conseguidos desde el siglo XVIII.

8. BIBLIOGRAFÍA

ABC (2021). *La historia de ETA en cifras: 853 asesinatos, 3.500 atentados y más de 7.000 víctimas*. Recuperado de https://www.abc.es/espana/abci-historia-cifras-853-asesinatos-3500-atentados-y-mas-7000-victimas-202110200115_noticia.html

Alonso, A. & Lombardo, E. (2018). Gender Equality and De-Democratization Processes: The Case of Spain. *Politics and Governance, 6*(3), 78-89. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17645/pag.v6i3.1419

BOE (1978). Constitución Española. Recuperado de https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1978-31229

BOE (2004). *Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.* Disponible en https://violenciagenero.igualdad.gob.es/definicion/pdf/LEY_ORGANICA_1_2004contraviolencia.pdf

Cabezas, M. (2022). Silencing feminism? Gender and the rise of the nationalist far right in Spain. *Signs, 47*(2), 319-345. https://doi.org/10.1086/716858

Datta, N. (2019). *'Agenda Europe': an extremist Christian network in the heart of Europe*. Recuperado de https://www.gwi-boell.de/en/2019/04/29/agenda-europe-extremist-christian-network-heart-europe#_ftn4

Delegación del Gobierno para la Violencia de Género (2022). *Portal estadístico.* Recuperado de http://estadisticasviolenciagenero.igualdad.mpr.gob.es/

Fiscalía General del Estado (2020). *Memoria elevada al Gobierno de S.M. de 2020.* Recuperado de https://www.fiscal.es/memorias/memoria2020/FISCALIA_SITE/index.html

Hermida, X. (2021). *Todo el Congreso se une contra Vox en una inusual protesta por negar la violencia machista*. Recuperado de https://elpais.com/espana/2021-02-23/todo-el-congreso-se-une-contra-vox-en-una-inusual-protesta-por-negar-la-violencia-machista.html

Keskinen, S. (2018). The 'crisis' of white hegemony, neonationalist femininities and antiracist feminism. *Women's Studies International Forum, 68*, 157-163. https://doi.org/10.1016/j.wsif.2017.11.001

Leache, P. A. (2022). Gender, power and violence. An intersubjective approach [Género, poder y violencia. Un enfoque intersubjetivo]. *Política Y Sociedad, 59*(1), https://doi.org/10.5209/poso.72354

López-Sáez, M. Á. y Platero, R. L. (2022). Spanish youth at the crossroads of gender and sexuality during the COVID-19 pandemic. *European Journal of Women's Studies,* https://doi.org/10.1177/13505068221076319

Ministerio de Igualdad (2022). *Fichas de víctimas mortales*. Recuperado de https://violenciagenero.igualdad.gob.es/violenciaEnCifras/victimasMortales/fichaMujeres/home.htm

Partido Popular de Castilla y León y Vox (2022). *Acuerdo de Legislatura.* Recuperado de https://media.theobjective.com/app/uploads/2022/03/072849/Programa-XI-Legislatura.-10-de-marzo-de-2022-1.pdf

Save the Children (2022). Violencia intrafamiliar: un término mal utilizado. Recuperado de https://www.savethechildren.es/actualidad/violencia-intrafamiliar-un-termino-mal-utilizado

Serra, J. C., & Madurga, A. C. (2015). Romantic love's repertoire and the conditions of possibility of violence against women [El repertorio del amor romántico y las condiciones de posibilidad para la violencia machista]. *Universitas Psychologica, 14*(5), 1681-1694. https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-5.rarc

Valente, R. y Crescenzi-Lanna, L. (2022). Feeling unsafe as a source of psychological distress in early adolescence. *Social Science and Medicine, 293*, online. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114643

Vives-Cases, C., Álvarez-Dardeta, C., Carrasco-Portiño, M. y Torrubiano-Domínguez, J. (2007). The impact of gender inequality on intimate partner violence in Spain. [El impacto de la desigualdad de género en la violencia del compañero íntimo en España] *Gaceta Sanitaria, 21*(3), 242-246. https://doi.org/10.1157/13106808

Vox (2019). *¿Qué opina VOX sobre la ley de violencia de género? VOX reitera su condena a todo tipo de violencia independientemente de la nacionalidad, sexo, raza o cualquier condición de la víctima* [Tuit]. Recuperado de https://twitter.com/vox_es/status/1198925421628346370?s=20&t=cZT6EJylXmZmSIaJb4_90g

Vox (2020). *VOX alerta de los suicidios de hombres por falsas denuncias e injusticias de la ley de violencia de género.* Recuperado de https://www.voxespana.es/noticias/vox-alerta-de-los-suicidios-de-hombres-por-falsas-denuncias-e-injusticias-de-la-ley-de-violencia-de-genero-20201130

Vox (2021a). *Agenda España.* Recuperado de https://xn--agendaespaa-beb.es/wp-content/uploads/2021/10/AgendaEspana_VOX.pdf

Vox (2021b). ¿Es constitucional la ley de violencia de género? @Macarena_Olona "Es una ley que quebranta el principio de igualdad de todos los españoles ante la Ley" [Tuit]. Recuperado de https://twitter.com/VOX_Congreso/status/1368867047996854274?s=20&t=JWuiqEhEwfRHEn0lC_3WNQ

Wimark, T. (2021). Housing policy with violent outcomes–the domestication of queer asylum seekers in a heteronormative society. *Journal of Ethnic and Migration Studies, 47*(3), 703-722. https://doi.org/10.1080/1369183X.2020.1756760

Capítulo 5

Cartografiando las subculturas de la manosfera española. Entre Forocoches y Burbuja.info

Charo Lacalle
Universidad Autónoma de Barcelona
rosario.lacalle@uab.es

1. INTRODUCCIÓN

El 23 de mayo de 2014, Eliot Rodger mató a siete personas e hirió a otras 13 en Isla Vista, una población de California donde residen gran parte de los estudiantes de la Universidad de Berkeley. El asesino, que se suicidó a continuación, había subido un video a Youtube y había enviado a sus familiares y amigos un manifiesto donde describía internet como un enorme foro "lleno de hombres que están hambrientos de sexo, al igual que yo". Como veremos en las páginas siguientes, la obsesión por el sexo es el rasgo distintivo recurrente de la misoginia online, discursivizado con frecuencia a través de expresiones humorísticas que multiplican su eficacia (Lavin, 2020). Aunque la carnicería de Isla Vista no constituía ni mucho menos la primera tragedia de este tipo, las referencias del criminal a la subcultura Incel estimularon el interés de los medios por la manosfera, llegando incluso a relacionar la matanza de Rodger con la de George Soldini de 2009. Este último, que había asesinado a tres mujeres y herido a otras nueve en un centro de fitness de Collier Township, (Pennsylvania), pertenecía al parecer a los *Pick up Artists* (PUA), otra subcultura misógina.

El atentado de Rodger se convirtió en el lamentable preámbulo de una serie de episodios sangrientos, acompañados por el odio a las mujeres. Chris Harper-Maercer mató a nueve personas e hirió a otras nueve en el Umpqua Community College de Umpqua (Oregón) en 2015. William Atchinson segó la vida de dos estudiantes atletas en la Aztec High School de Nuevo México en 2017. El ex estudiante de la Marjory Stoneman Douglas High School de Parkland, Nikolas Cruzopened, asesinó a 17 personas e hirió a otras tantas en 2018. Sin embargo, fue la tragedia perpetrada por Alek Minassian en el North York City Centre District of Toronto (Canadá) en 2018, con 10 personas muertas y 16 heridas, lo que generalizó el interés de los medios por la manosfera. El detonante fue un mensaje colgado por el asesino en su

cuenta de Facebook, en el que mencionaba explícitamente no sólo a Elliot Rodger sino también a los *incels*: "Soldado (Recluta) de Infantería Minasiana 00010, desea hablar con el Sargento 4chan, por favor. C23249161. ¡La Rebelión Incel ya ha comenzado! ¡Derribaremos a todos los Chads y Stacys! ¡Todos aclaman al Caballero Supremo Elliot Rodger!".

Los moderadores de *incels.me*, uno de los foros misóginos más radicales, se apresuraron a condenar los asesinatos, alegando que Minassian no había intervenido nunca en su página. Pero, mientras que algunos usuarios lo acusaban de "triste traidor" y lo calificaban de "idiota" por convertirlos en objeto de anatema, otros reprochaban al resto de la comunidad que sólo se dedicasen a hablar en lugar de actuar. Con el sesgo racista de muchos discursos de odio contra las mujeres, algunos comentarios lamentaban que los responsables del foro hubieran cancelado reiteradamente el archivo sonoro de rap dedicado por otro Incel a Minassian: "¿Lo han retirado de Youtube? ¿Un incel no puede rapear sobre un asesinato pero los raperos negros sí? Jfl". En 2021, 3l británico Jake Davison, auto declarado Incel en Youtube y en algunos foros de Reddit, mató a cinco personas e hirió a otras dos en Plymouth, en la primera matanza en Europa relacionada explícitamente con la manosfera.

Un informe de los Servicios Secretos estadounidenses, realizado a raíz de los asesinatos de Minassian[1], identificaba los rasgos más sobresalientes de estos criminales misóginos. El estudio subraya que, más allá de la ideología específica o de las circunstancias personales que confluyen en cada situación, todos los perpetradores presentan tres características recurrentes: desesperación o desesperanza; necesidad de pertenencia o de conexión con otros hombres; un fuerte deseo de atención o de notoriedad. Los mismos rasgos psicológicos que habían inducido a la American Psychology Association (APA) a redactar en 2019 el manual titulado *Guidelines for Psychological Practice With Boys and Men*[2], 12 años después de la publicación de las *Guidelines for Psychological Practice with Girls and Women*. La guía de la APA reconoce los efectos negativos en los hombres del legado androcéntrico y lo atribuyen a los efectos de una transmisión cultural de la masculinidad caracterizada por el estoicismo, la competitividad, la dominación y la agresión;

1. National Threat Assessment Center. (2021). Hot Yoga Tallahassee: A Case Study of Misogynistic Extremism. Washington, DC: U.S. Secret Service, Department of Homeland Security. Disponible en: https://www.secretservice.gov/sites/default/files/reports/2022-03/NTAC%20Case%20Study%20-%20Hot%20Yoga%20Tallahassee_0.pdf
2. https://www.apa.org/about/policy/boys-men-practice-guidelines.pdf

una mezcla de valores y de anti valores con los que muchos hombres no consiguen identificarse.

El recorrido Forocoches y Burbuja.info, a lo largo de este capítulo, parte de dos premisas elaboradas tras la revisión exhaustiva de la literatura sobre el tema y de la observación de los mensajes misóginos contenidos en ambos foros. La primera es que los discursos de estos espacios virtuales presuponen la existencia de un trauma colectivo atribuido a la prepotencia de las mujeres, que precede a los hechos traumáticos (individuales) narrados por los usuarios. La segunda premisa es que los celos, no sólo de las mujeres sino también de los hombres que se las "roban" (denominados *Chads* o Alfas en la jerga de las subculturas), constituyen la pasión dominante de un sistema axiológico estructurado a partir de la contraposición entre los valores del patriarcado y el feminismo. El término *Chad*, utilizado originariamente para designar a los jóvenes que vivían en los barrios ricos del norte de Chicago y convertido en el canon ideal de la manosfera, es descrito en la *incels* Wiki en los siguientes términos:

> Un Chad es un hombre que puede suscitar a voluntad una atención sexual femenina positiva casi universal. Suele ser guapo, musculoso, alto y adinerado, o tiene un estatus elevado, y tiende a ser un rápido estratega de la vida. También suele tener rasgos masculinos intimidatorios, como mandíbula cuadrada, ojos de cazador, pómulos pronunciados, barbilla ancha y cuello grueso.[3]

El objetivo de esta reflexión es identificar las manifestaciones estético-patémicas de la misoginia y explorar su relación con las cuatro subculturas más representativas de la manosfera: MGTOW (*Men Going Their Own Way*), MRA (*Men Rights Activists*), *incels* (*Involuntary Celibates*) y PUA (*Pick up Artists*). Se asumen como punto de partida los resultados de las investigaciones realizadas mediante técnicas de *big data*: 1) el progresivo desplazamiento de las cuestiones relacionadas con la legislación sobre la familia o la salud mental por otras temáticas de carácter sexual, que utilizan un lenguaje mucho más grosero y violento (Farrel, 2019); 2) el decrecimiento de la actividad en las comunidades más antiguas, MRA y PUA, frente al incremento en las más radicales, MGTOW e *incels*, (Horta Ribeiro et al., 2021). Dos premisas a las que también cabe añadir, para explicar el odio a las mujeres en la Red, el ingente consumo de pornografía por parte de los adolescentes y los jóvenes (San Juan, 2020).

3. https://incels.wiki/w/Chad

El corpus de Forocoches y Burbuja.info se construyó a partir de diferentes búsquedas realizadas en ambos foros mediante la asociación del monema "mujer" con otros términos recurrentes en los comentarios de las cuatro subculturas citadas. Forocoches constituye el mayor foro en español del mundo, con 856.734 miembros y más de 425 mil millones de mensajes en el momento de realizar las búsquedas entre marzo y abril de 2022. Este foro, creado en 2006, ocupaba el puesto número 46 del ranking de Alexa España en el período de referencia y, según su fundador, Alejandro Marín Nicolás, estaría integrado por un 52% de usuarios mayores más 30 años, un 40% de edades comprendidas entre 23 y 29 años y un 8% con menos de 22 años[4]. Burbuja.info surgió un año después que Forocoches y alcanzó una gran notoriedad al predecir la burbuja inmobiliaria que explotó aproximadamente hacia 2009. Fundado por Carlos López, su actividad es mucho más modesta que la de su homónimo, con unos 100.000 usuarios registrados y más de un millón de visitas al mes que lo sitúan entre los 300 sitios más visitados de España[5]. Huelga decir que la estructura de ambos foros impide la obtención de metadatos más allá de los facilitados por sus propietarios, algo que afortunadamente no ocurre con los mensajes.

Forocoches y Burbuja.info tienen en común la infinita variedad de los hilos temáticos que hilvanan sus comentarios, desde las cuestiones relacionadas respectivamente con el mundo del motor y la economía, hasta las conspiraciones, los consejos prácticos de todo tipo o el apoyo moral. Pero, aunque el sexismo sea una característica generalizada de los discursos que circulan por ambos foros, solo una parte de las conversaciones se dedican a denigrar a las mujeres en unos términos tan peyorativos que poco tienen que envidiar a los Reddit más radicales. Está proximidad con las subculturas paradigmáticas de la manosfera anglosajona es reconocida en numerosos comentarios de los dos foros españoles, aunque también se suelen marcar las distancias. Por ejemplo, en hilo de Forocoches titulado "Los motivos del autor del atropello de Toronto son su nuncafollismo según la BBC", un usuario escribía que Minassian era "En resumen, el forocochero medio pero canadiense", mientras que otro suscriptor remarcaba que "Si fuese español sería un shur y, en vez de atropellar gente, se hubiese limitado a lanzar 'TDS PTS' desde el ordenador".

4. https://www.diariosur.es/tecnologia/201610/05/detras-forocoches-201610052111135.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.es%2F
5. https://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/burbuja-info-foro-carlos-lopez-historia-origen_1_3894230.html

2. DEL SEXISMO A LA MISOGINIA

El concepto de manosfera se utilizó por primera vez en un blog de Blogspot, en 2009, para describir una red de comunidades de interés integradas mayoritariamente por hombres. Su popularidad creció notablemente tras la publicación en 2012 de *The Manosphere: A New Hope for Masculinity*, un libro del manager de actividades relacionadas con la pornografía Ian Ironwood, que recoge todos los tópicos de la misoginia. La manosfera designa un fenómeno exclusivamente online, que ensambla un conjunto heterogéneo de grupos y subgrupos percibidos como espacios deliberativos, cuyos miembros intercambian apoyo y solidaridad (Jane 2018; Marwick & Lewis, 2015). La conexión entre los grupos se realiza a través de la idea de que los hombres están siendo victimizados por las mujeres y consideran que los mayores ataques se producen desde los entornos feministas (Marwick y Lewis, 2015). Desde una perspectiva política, la manosfera se puede definir como el conjunto de tentativas de expropiar a las mujeres de sus logros históricos y expulsarlas de la esfera pública (Siapera, 2019).

El lenguaje sexista utilizado en los comentarios se dirige a calumniar a las mujeres como grupo social mediante el uso "expresiones deshumanizadoras" (Kendrell, 2022, p. 113). Pero, pese a que algunos de los asesinos mencionados al inicio de este capítulo reivindican su pertenencia a diferentes subculturas, las llamadas a la acción no constituyen ni mucho menos la norma de este movimiento colectivo en expansión, debido en gran parte al férreo control ejercido por los administradores. Sirva como ejemplo el párrafo siguiente, entresacado de los "Términos y reglas" de Burbuja.info:

> Nos reservamos el derecho de eliminar o modificar cualquier Contenido publicado por cualquier motivo y sin explicación. Las solicitudes de eliminación o modificación de contenido se llevarán a cabo únicamente a nuestro criterio o juicio. Nos reservamos el derecho a eliminar el acceso a todo o parte del Servicio en cualquier momento, con, o sin previo aviso.

Los reclamos de los políticos, sobre todo los de la extrema derecha, constituyen polos de atracción para muchos usuarios de la manosfera. En los casos más extremos, los llamamientos se producen de manera explícita, como los realizados desde el foro misógino r/TheRedPill creado por el legislador Robert Fisher durante su campaña de New Hampshire en 2012. El expresidente Trump, en cambio, recurrió a Stephen Bannon en el tentativo de eludir la exposición directa (Bates, 2020). En España, Alejandro Marín Nicolás explicitaba en los términos siguientes el interés Vox por Forocoches en una entrevista concedida a ICON en 2018: "Vox ha entrado en el foro con mucha fuerza y hasta ellos, desde el partido, ponen en Twitter a

menudo referencias a Forocoches"[6]. Los comentarios relacionados con Vox hacen guiños a la misoginia con una cierta frecuencia: "VOX es el partido que más quiere defender a la MUJER"; "Yo siempre que digo que voto a vox acabo follando, se deben pensar que lo digo de broma".

El humor representa la estrategia esencial de la primera de las tres etapas del viaje individual de los usuarios hacia la extrema derecha identificadas por Luke Munn (2019): *normalización*, *aclimatación* y *deshumanización,* extrapolables a la misoginia. Los memes constituyen uno de los recursos más utilizados en la fase de *normalización,* a menudo bajo la falsa apariencia de un humor insolente y atrevido. Citemos, a modo de ejemplo, el siguiente párrafo de la guía de estilo del *Dayly Stormer*, un sitio de noticias ligado a la ultra derecha, donde se explicita la necesidad de "envolver" los mensajes en memes culturales y expresiones de humor (Bates, 2020). Se trata de una práctica muy extendida, que las webs más radicales llevan hasta extremos difícilmente inimaginables, como explica Talia Lavin (2020). Esta periodista estadounidense de origen judío pasó un año infiltrada en numerosas webs de supremacistas blancos donde, entre otras muchas actividades inenarrables, se colgaban fotos de linchamientos pretendiendo hacerlas pasar por memes divertidas.

El humor es el vehículo preferente de la transformación del sexismo en misoginia (Manne, 2018; Frenda et al., 2019; Krendel, 2022), mediante la reiteración de estrategias retóricas y populares que retumban constantemente en las cámaras de eco de la manosfera. Sirva, a modo de ejemplo, el siguiente mensaje de un hilo de Forocoches titulado "Los que vivís en pareja, ¿cooperáis en casa?":

> Lo hacemos todo a medias.
> Ella cocina, yo como.
> Ella limpia, yo ensucio.
> Ella plancha, yo arrugo.
> Y así todo.

La recurrencia del humor hace que la manosfera sea percibida por los propios usuarios como un espacio lúdico y, por consiguiente, inofensivo (Bates, 2022). Hasta el punto de atacar a las mujeres por carecer supuestamente de sentido del humor, como se puede observar en la vulgar y ofensiva introducción a un hilo titulado "¿Conoceis a alguna mujer graciosa?":

6. https://elpais.com/elpais/2018/08/21/icon/1534848434_891189.html

> No conozco ni una que tenga "salero" o "gracia". Cada dia pienso mas en serio que sino es porque necesito la casa limpia para que no me coma la mierda y vaciar mis huevos en la boca de alguna cerda con coño, la puta ostia que bicho tan inutil este que llamamos "mujeres". Ni para reirte valen (Forocoches).

La segunda fase, la *aclimatación*, es el resultado de un hábito psicológico generalmente inconsciente, que se convierte en la referencia para diferenciar lo que es aceptable de lo que no lo es. La tercera y última etapa, la *deshumanización*, está destinada a asegurar al iniciado que jamás se verá confrontado con una persona humana.

El "viaje iniciático" por el proceso de ideologización hacia la extrema derecha descrito por Munn se reproduce, en términos prácticamente idénticos, en la trayectoria individual hacia la misoginia. Un hecho nada sorprendente considerando la "polinización" existente entre ambas esferas (Nagle, 2017), que atraviesa las diferentes clases sociales. "Lo que descubrí fue que muchas de estas personas tienen vidas muy plenas y completamente normales. Tienen esposa, trabajo, hijos y vidas exitosas… Proceden también de barrios ricos. Son personas ordinarias, moralmente complejas", afirma Lavin.[7]

La identificación de las mujeres con los animales ("eso no son tías, eso son lagartas!", Forocoches; "yo con una foca no me apareo", Burbuja.info) y las referencias constantes a su supuesta mediocridad e inferioridad confirman el proceso de deshumanización. Véase, por ejemplo, la brutalidad de los términos con los que se introduce una conversación titulada "El más subnormal de vosotros me parece más inteligente que cualquier mujer".

> La mujer es un animal mediocre y paleto, usa el 100% de su inteligencia para crear sesgos los cuales forjarán su identidad y personalidad. Su opinión vale 0 para mí. Toda la creatividad e inteligencia la van a verter en paletadas de moda, odio hacia el hombre, viajes, etc. Es imposible que usen su mediocre inteligencia para algo útil fuera de sesgo (Burbuja.info).

Este último ejemplo pone de manifiesto la paradoja que representa la manosfera en un universo online dominado por la construcción identitaria de un Yo deseable, bien conectado y feliz, que constituye "una especie de nuevo capital social" (Johanssen, 2022, p. 203). La búsqueda incesante del sujeto perfecto en Internet incluye una "exhibición brillante y pulida de los cuerpos" en franco contraste con la versión grotesca exhibida por el misógino "sucio, irrespetuoso y despiadado"

7. https://elpais.com/tecnologia/transformacion-digital/2022-01-29/infiltrarme-en-los-grupos-supremacistas-en-internet-fue-como-banarme-en-acido-a-diario.html

(Johanssen, 2022, p. 203). Sin embargo, la vulgaridad y la agresividad también canalizan en ocasiones el carácter vulnerable de muchos hombres, que buscan en estos espacios protegidos por el anonimato consejo y apoyo frente a sus dificultades (García-Mingo, Díaz Fernández y Tomás-Forte, 2022). Sirva como ejemplo el artículo de *El País* "El rincón más romántico de Forocoches: 380.000 consejos para olvidar a tu ex"[8], donde se señala que el hilo publicado en 2008, titulado "Cuando ves a tu ex por primera vez", recibió numerosas muestras de apoyo y sirvió como acicate para que muchos foreros compartieran sus experiencias:

> A mucha gente nos ha pasado algo parecido, te asalta la inseguridad, crees que es la única mujer con la que quieres estar y te comes mucho la cabeza sobre que habrás hecho mal, luego con el tiempo todo pasa y te das cuenta de que lo mejor que podias haber hecho es olvidarla cuanto antes, disfrutar y conocer a otras personas y que todo ese tiempo perdido pensando únicamente el porque no pudo ser lo podias haber aprovechado mejor (Forocoches).

La popularidad alcanzada por esta conversación es tal que, cada vez que se cierra por la ingente acumulación de comentarios, se vuelve a abrir uno nuevo y ya va por la edición número 192. Como señala Enrique Alpañés, el autor de la noticia de *El País*, en este hilo "hay hombres que hablan de sentimientos. Hombres que lloran, que cuentan cómo les han engañado. Hombres que se sienten feos, solos y tristes. Hombres rotos, sinceros". Lástima que la misoginia resista incluso al romanticismo, como se evidencia en este mensaje pretendidamente consolatorio:

> Me da a mí que las tías (todas putas) prefieren que sigas igual, sin cerrar esa parte de tu vida para sentir que te tienen ahí.. dominado. a su disposición (en el fondo sabe que sigues por ella). Verte feliz es lo último que ella desea, es más... el día que seas feliz sin ella y que ella te importe una mierda le sentará como el culo (Forocoches).

3. CARTOGRAFIANDO LA MANOSFERA

En un estudio publicado en 2009, Richard Wilkinson y Kate Pickett demostraban que las personas residentes en países con una gran desigualdad económica eran susceptibles de padecer un mayor número de enfermedades y problemas sociales que quienes vivían en lugares con una mejor distribución de la riqueza; algo que influía notablemente en el modo de pensar y de relacionarse. Nueve años después, ambos sociólogos se interrogaban sobre las razones de la mayor disfun-

8. https://elpais.com/tecnologia/2022-04-28/el-rincon-mas-romantico-de-forocoches-380000-consejos-para-olvidar-a-tu-ex.html

cionalidad de las relaciones interpersonales en las sociedades desiguales, con el objetivo identificar los cambios necesarios para mejorar la interacción social y, por consiguiente, la salud y la felicidad (Wilkinson y Pickett, 2018). La "ansiedad del estatus" (*status anxiety*), como denominan estos autores a la preocupación del sujeto por la manera en que es percibido por los otros, es inversamente proporcional a la desigualdad y constituye uno de los principales generadores de estrés en las personas. De ahí la importancia del grupo en la construcción social de las identidades individuales.

La expresión del manipulador de mujeres Garcin "L'infer c'est les autres" [El infierno son los otros], en la obra teatral de Jean-Paul Sartre *Huit Clos* estrenada en 1944, subyace a un elevado número de hilos misóginos en Forocoches y Burbuja.com. Pero sus comentarios no expresan su odio únicamente a las mujeres, sino también a los *Chads* que seducen a las bellas *Stacys* e incluso a las *Beckys*, denostadas por los *incels* porque también aspiran a los *Chads* a pesar de su escaso atractivo.

Los comentarios misóginos de los auto denominados hombres Beta extrapolan a las relaciones sexuales el principio de Pareto o regla de 80/20, formulada por el economista italiano Vilfredo Pareto en 1986 para describir un fenómeno estadístico por el que siempre es una proporción pequeña de personas las que contribuyen a producir un efecto común en una población mayor. La semejanza entre los comentarios al respecto en Forocoches y Burbuja.info evidencia tanto la afinidad entre ambos foros como la ausencia de fundamentación de las razones aducidas para justificar el resentimiento de los misóginos. Así, un usuario de Forocoches introducía el hilo titulado "Digamos cosas con porcentajes típicos de 80-20" con el siguiente comentario: "La ley de Pareto, ya sabéis. Empiezo yo; El 20% de los tios se tiran al 80% de las tias". En la misma línea, una conversación de Burbuja.info titulada "Poned ejemplos del Principio de Pareto que se os ocurran" recibía respuestas de este tipo:" El 20% de las pollas se mete en el 80% de los coños".

El estudio de Andrew Cortina y Namrata Patel (2018) sobre *Tinder*[9], realizado a partir de otra herramienta para medir la desigualdad en una población (el coeficiente de Gini), utiliza los datos recopilados por los algoritmos para sostener que mayor parte de las usuarias de esta web de citas solo están dispuestas a establecer vínculos románticos con unos pocos hombres, mientras que la mayor parte de estos últimos desearían relacionarse sentimental o sexualmente con la mayor parte de las mujeres. La difusión del trabajo en la prensa española avivó la misoginia en

9. https://kortina.nyc/essays/kinky-labor-supply-and-the-attention-tax/

Burbuja.info, con comentarios como, por ejemplo, "Es peor que Pareto. En Tinder, el 5% de los hombres se levanta el 95% de las mujeres" o "Tinder, chicas muy usadas a precio de cocacola. No gracias".

Laura Bates (2020) describe las diferentes subculturas de la manosfera cono una cadena de grupos diferentes pero interconectados, cada uno de los cuales posee sus propios sistemas de creencias rígidas, léxico y formas de adoctrinamiento. A continuación se resumen las características de las cuatro subculturas más relevantes, descritas también por otras investigadoras feministas como Debbie Ging (2019).

3.1. Men's Rights Activists (MRA)

Los orígenes de esta subcultura se remontan a la *primera ola* del feminismo de los años sesenta y setenta, a imagen de la cual se creó. Su primer ideólogo, el politólogo Warren Farrell, que homologaba la violación de las mujeres con el desempleo de los hombres, comenzó a distanciarse progresivamente del feminismo por los desacuerdos sobre las condiciones de los divorcios fijadas por los tribunales (Bates, 2020). Al igual que sus homólogos de Reddit, numerosos mensajes misóginos de Forocoches y Burbuja.com giran en torno a las pensiones alimenticias y la custodia de los hijos:

> Gracias a todos la verdad es que me habéis aclarado bastante la situación. Me pondré en contacto con un abogado y a ver... Ella ahora trabaja y gana en torno 1500. Yo es que no llego, no hay manera. Ayer hablé con ella y me dijo que me apriete el cinturón y a seguir así, claro... qué va a decir (Forocoches).

El elevado número de hilos sobre estas cuestiones incluye algunos comentarios incitando a la violencia: "Sinceramente te recomiendo que contrates unos rumanos que la secuestren y le partan las piernas por put_ no puedo decirte nada mas las tias en estos casos son todas así, mucha suerte con lo que pase (Foroches).

El feminismo es el target preferente de los MRA, cuyos numerosos pleitos en torno a los procesos de divorcio los convierten en el grupo de la manosfera con mayor presencia *offline*. Esa conexión con el mundo real los ha llevado a visibilizar problemas que afectan en mayor medida a los hombres que a las mujeres, como los riesgos laborales de los trabajadores manuales, los trastornos de salud mental que desembocan en adiciones o suicido, etc. Pero sus prejuicios los abocan a situaciones paradójicas, como la insistencia en alejar a las mujeres de los puestos de responsabilidad en los ámbitos de STEM (*Science, Technology, Engineering and Mathematics*) en contraste con la mayor implicación en la paternidad que reivindican (Bates, 2020). Sirva como ejemplo el comentario a un hilo titulado "¿Por qué

las mujeres no quieren ser ingenieras": "Para ocupar un puesto de alta responsabilidad se tiene que renunciar a muchas cosas, entre ellas, a quedarte embarazada y tener hijos. Empoderamiento femenino manda, estaban mejor en los años 60 educando a los vastagos" (Burbuja.info).

1.2. Men Going Their Own Way (MGTOW)

Los MGTOW representan el polo opuesto a los MRA en la configuración axiológica de la manosfera. Como estos últimos, consideran a las mujeres una fuente de problemas; pero, en lugar de afrontarlas, intentan evitarlas. La huida comprende una amplia variedad de manifestaciones, desde la abstinencia total a relacionarse sentimental o sexualmente con ellas hasta la renuncia al compromiso, pasando por los enamoramientos platónicos o los encuentros ocasionales con prostitutas (Lin, 2017).

Los efectos offline de esta subcultura son, por consiguiente, más difusos que los de la MRA, aunque se están extendiendo rápidamente. Destaca sobre todo su fijación con las denuncias por presunta violación:

> te vas con una, folláis, al día siguiente no la llamas porque no te gustó demasiado... ella te pone una denuncia por violación y tú te la comes porque no puedes demostrar que ha sido sexo consentido. esto da miedo (Burbuja.info)

Esta obsesión ha generado un protocolo basado en las reglas del vicepresidente de Trump Mike Pence: no comer nunca a solas con una mujer ni asistir a fiestas o reuniones donde se sirva alcohol sin la compañía de su esposa. "Sé inteligente. Compra este manual y aprende a poner en práctica el 'Principio Pence'. Defiende tu carrera, tu familia y tu vida de las falsas acusaciones de las mujeres en la actualidad y en el futuro", se puede leer en el resumen del libro de Randal Bentwick, *The Pence Principle. Lessons All Men Must Learn from Ford-Kavanaugh* (2018), incluido en todas las librerías digitales donde está disponible.

1.3. Pick-Up Artists (PUA)

La acepción actual del término *pick up* se remonta a la publicación en 1970 de la obra de Eric Weber *How to Pick Up Girls!* Los PUA comparten el odio hacia las mujeres con las dos subculturas anteriores, si bien contradicen las estrategias adoptadas por los MGTOW al transformar la fuga en seducción, aunque evitando el compromiso para no tener que afrontar los problemas de los MRA. Como el resto de los grupos de la manosfera, sostienen que las acusaciones de violación se han

convertido en un arma poderosa de las mujeres ("¿Cuáles son los problemas de los PUAs? Pues precisamente las falsodenuncias VIOGEN, denuncias por incitación a la prostitución, y las mafias de la prostitución", Burbuja.info). Con todo, también reciben numerosas críticas por parte de quienes pregonan o sufren la abstinencia sexual, como se puede observar en el siguiente comentario al hilo titulado "Indio cagaplayas 'Pick-Up Artist' liga y folla más que vosotros (video-evidencia inside)": "Ahí le teneis, en la cama con una, dándose el lote con otra, todo mientras vosotros no os comeis un cagao" (Burbuja.info).

Las mujeres son objetos de usar y tirar para los PUA, quienes se deleitan aconsejando a los hombres frustrados por la falta de relaciones sexuales y a los neófitos que destierren los celos y el exclusivismo en pos de una postura práctica y realista, sin aceptar nunca un no por respuesta. Esta perspectiva utilitarista, que se ha expandido como la pólvora en internet, ha generado un ingente negocio que mueve millones de dólares al año para enseñar a los hombres a acosar a las mujeres con la mayor frecuencia y efectividad posible (Bates, 2020). Los concursos y las votaciones para elegir el "cuerpo 10" constituyen ejemplos representativos de las intervenciones de los PUA en Forocoches y Burbuja.info ("¿Qué tipo de cuerpo prefieres en una mujer"; ¿"Este cuerpo de mujer es un 10/10"?; "¿Con qué cuerpo de mujer te quedas?").

1.4. Involuntary Celibates (INCELS)

"Tu problema es bastante común" comentaba un forero en un hilo titulado "Qué ocurre? Por qué no follo?" y, a continuación, realizaba el siguiente retrato robot del Incel:

> No estas suficientemente bueno/guapo para atraer por la belleza y no debes de tener pinta de betilla planchabragas para atraer a las que buscan carapadre proveedor. Vamos que eres un tio normal lo que equivale a no comerte una mierda en la fantasia de principes azules, malotes y futuros viogenizados de la mujer moderna (Burbuja.info).

Sin corroborarlo ni desmentirlo, el aludido respondía a los comentarios en unos términos que evidenciaban el desamparo que conduce a la manosfera a muchos hombres inseguros y con dificultades para relacionarse:

> Como comento justo aquí arriba, mi problema, y el de muchos, es la timidez, a mí sí se me acerca una mujer y me dice algo, mi cuerpo se paraliza, me entra como una sensación de frío y me tiemblan las piernas, no soy capaz de decir nada (Burbuja.info).

Los *incels* odian a las mujeres quizás porque las temen por efecto de sus propias inseguridades, que los inducen a odiarse a sí mismos. Reconocen abiertamente sus

complejos, sus problemas de salud mental, su timidez, su inexperiencia sexual y su propia alienación (Rambatan y Johanssen, 2022), por lo que buscan el apoyo de la comunidad más intensamente aún si cabe que el resto de las subculturas: "Quién va a querer a un puto beta?????" se preguntaba un usuario de Forocoches. "Tranquilo, en foroincels, que diga forocoches te sentirás como en casa", le respondía otro suscriptor.

Los expertos consideran que los *incels* constituyen posiblemente la subcultura más variopinta de la manosfera en cuanto al *background* socio-económico de sus miembros, acomunados por una misma actitud vital de desaliento y de rabia (Bates, 2020; Johanssen, 2022). Hombres necesitados desesperadamente de ayuda, que en los casos más extremos han desembocado en los asesinatos masivos referidos al inicio de este capítulo.

4. CONCLUSIONES

Las actitudes de las cuatro subculturas descritas emergen discursivamente a partir de la intersección de dos grupos de variables en las historias de vida. Por un lado, la posición de las mujeres en los relatos en cuanto objeto de valor de los sujetos misóginos (*inclusión* o *exclusión*) y, por otro lado, los estados del alma inducidos por la configuración pasional del sujeto del enunciado (*indignación* o *desprecio* en este caso) (Greimas y Courtés, 1991). Así, frente a la constante *confrontación* de los MRA, los MGTOW optan por la *evasión*, mientras que los *incels* eligen la *eliminación* y los PUA la *utilización*. Las estrategias y tácticas desplegadas en los discursos misóginos de Forocoches y Burbuja.info configuran un universo axiológico articulado según una escala de radicalización, cuyo despliegue en el *mapping* semiótico nos permite cartografiar ambos foros de la manosfera española con el fin de visualizar las relaciones entre unos grupos y otros:

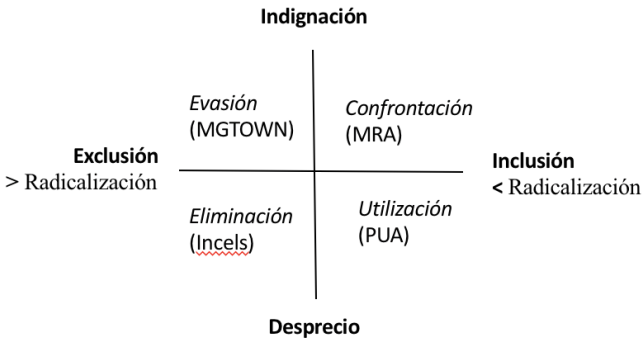


Figura 1: Cartografía de los discursos misóginos. Elaboración propia

Laura Bates (2020) lamenta la diferente cobertura recibida por los asesinatos en masa de los Incel y otros crímenes similares, consecuencia de lo que esta feminista británica denomina "puntos ciegos" de los medios de comunicación: la renuencia a calificarlos de terroristas y la tendencia a minimizar, excusar y humanizar a los hombres que agreden a las mujeres.

El primero de ambos "puntos ciegos" viene siendo objeto de un clamor creciente, que se superpone con frecuencia a la discusión sobre la libertad de poseer armas en Estados Unidos, el país donde se han producido la mayor parte de los asesinatos masivos. Esta circunstancia explica la tibieza con la que Europa afronta el tema desde la política, aunque no justifica en absoluto el aplazamiento del debate socio político al respecto. En cuanto a la condescendencia con las agresiones a las mujeres, la urgencia por combatir la misoginia con todos los medios al alcance de las sociedades democráticas no puede obviar la comprensión de las necesidades socio afectivas de muchos hombres. La familia, la escuela, los medios de comunicación, la academia y las políticas públicas tienen ante sí el reto de identificar las carencias y ayudarles a transformarlas en impulsos positivos. Una tarea enorme, que requiere la implicación de las mujeres y, sobre todo, de los hombres que no odian a las mujeres y que son conscientes del daño causado por la masculinidad tóxica tanto a las mujeres como a los hombres.

5. BIBLIOGRAFÍA

Bates, L. (2020). *Men who hate women*. New York, Estados Unidos: Simon & Schuster.

Farrell, T., Fernandez, M., Novotny, J y Alani, H. (2019). "Exploring Misogyny across the Manosphere in Reddit", *WebSci '19 Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science*, pp. 87-96. https://doi.org/10.1145/3292522.3326045

Frenda, S., Ghanem, B., Montes-y-Gómez, M. y Rosso, P. (2019). "Online Hate Speech against Women: Automatic Identification of Misogyny and Sexism on Twitter", *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 36(5), pp. 4743-4752. https://doi.org/10.3233/JIFS-179023

García-Mingo, E., Díaz Fernández, S. y Tomás-Forte, S. (2022). "(Re)configurando el imaginario sobre la violencia sexual desde el antifeminismo: el trabajo ideológico de la manosfera Española", *Política y Sociedad*, 59 (1), pp. 1-15. https://doi.org/10.5209/poso.80369

Ging D. (2019). "Alphas, Betas, and Incels: Theorizing the Masculinities of the Manosphere". *Men and Masculinities*, 22(4), pp. 638-657. doi: https://doi.org/10.1177/1097184X17706401

Greimas, A. J. y Fontanille, E, J. (1991). *Sémiotique des passions: des états de choses aux états d'âme*. Paris, Francia: Seuil.

Horta Ribeiro, M., Blackburn, J., Bradlyn, B., De Cristofaro, E., Stringhini, G., Long, S., Greenberg, S. y Zannettou, S. (2021). "The Evolution of the Manosphere across the

Web", *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, *15*(1), pp. 196-207. Disponible en: https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/18053

Jane E. A. (2018). "Systemic misogyny exposed: Translating Rapeglish from the Manosphere with a Random Rape Threat Generator". *International Journal of Cultural Studies*, 21(6), 661-680. https://doi.org/10.1177/1367877917734042

Johanssen, J. (2022) *Fantasy, Online Misogyny and the Manosphere. Male bodies of dishibition*. London, UK: Routledge

Krendel, A. (2022). "From sexism to misogyny. Can online echo chambers stay quarantined?" en Zempi, I. y Smith, J. (Eds.), *Misogyny as Hate Crime*. London, UK: Routledge, pp. 99-117.

Lavin, T. (2020) *Culture Warlords. My journey into the dark web of white supremacy*. New York, Estados Unidos: Hachette Book Group.

Lin, Jie Liang (2017) Antifeminism Online: MGTOW (Men Going Their Own Way). In: U. Frömming, U.; Undine; S. Köhn; S. Fox; M. Terry (eds.) Digital Environments. Ethnographic Perspectives across Global Online and Offline Spaces (pp. 77-96.).Transcript Verlag. doi: https://doi.org/10.25595/503.

Manne, K. (2018). *Down girl: The logic of Misogyny*. New Yor, Estados Unidos: Oxford University Press.

Marwick, A. y Lewis, R. (2015). *Media manipulation and disinformation online*. Data & Society. Disponible en: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAndSociety_ExecSummary-MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf

Munn, L. (2019). "Alt-right pipeline: Individual journeys to extremism online". *First Monday*, 24(6). https://doi.org/10.5210/fm.v24i6.10108.

Nagle, A. (2017). *Kill All Normies. Online Culture Wars From 4Chan And Tumblr To Trump And The Alt-Right*. Winchester, UK: John Hunt Publishing.

Rambatan, B. y Johanssen, J. (2022) *Event Horizon. Sexuality, Politics, Online Culture, and the Limits of Capitalism*. Winchester, UK: John Hunt Publishing.

San Juan, C. (2020). "(Des)Información sexual: pornografía y adolescencia". *Save the Children*. Disponible en: https://www.savethechildren.es/informe-desinformacion-sexual-pornografia-y-adolescencia

Siapera, E. (2019). "Online misogyny as witch hunt: Primitive accumulation in the age of techno-capitalism" en Ging, D. y Siapera, E. (Eds.) *Gender hate online. Understanding the new anti-feminism*. London, UK: Palgrave-MacMillan, pp. 21-44.

Wilkinson, R. y Pickett, K. (2018.) *The inner level. How more equal societies reduce stress, restore sanity and improve everyone's well-being*. London, UK: Penguin/Random House.

Capítulo 6

Activistas de los Derechos de los Hombres en España: ideólogos y víctimas arquetípicas de la manosfera

Elisa García-Mingo
Universidad Complutense de Madrid
elisgarc@ucm.es

Laura González Sánchez[1]
Universidad Complutense de Madrid

1. INTRODUCCIÓN: ACERCÁNDONOS A LA MANOSFERA ESPAÑOLA

La manosfera se ha convertido en un objeto de investigación relevante para un conjunto de trabajos académicos que buscan dar sentido a las subculturas misóginas digitales y al aumento de los discursos misóginos en Internet. La *manosfera*[2] ha sido definida como un conglomerado de espacios virtuales heterogéneos que dan cabida a una multitud de movimientos masculinistas basados en la propagación de discursos misóginos y antifeministas (Ging, 2019). Ha sido en los últimos años cuando el número de subculturas digitales masculinistas se ha multiplicado y cuando se ha comenzado a prestar atención a esta comunidad tanto desde esferas académicas (García-Mingo, Díaz-Fernández y Tomás, 2022; Hanash, 2018) como desde los medios de comunicación[3]. Las subculturas con más visibilidad y que han sido objeto de estudio frecuente en el campo emergente de investigación sobre la manosfera son los *Hombres Que Siguen Su Propio Camino*; los *incels*, del inglés: *Involuntary Celibates* (Papadamou et al. 2021) y los Artistas del Ligue (Pick Up Artists) (Bratich y Banet-Weiser 2019). En este caso, nos centramos en otra sub-

1. Nos gustaría expresar nuestro agradecimiento a otras personas del proyecto que han formado parte del proceso de investigación: Jorge García, Silvia Díaz y Sergio Tomás. También agradecemos a las personas que han evaluado el capítulo, ya que nos han hecho comentarios que nos han resultado sugerentes.
2. Traducida del inglés *manosphere*. La palabra *"manosfera"*, frente a *androsfera* o *machosfera*, ha sido reconocida de uso común por la Fundéu en 2019.
3. Descenso a la 'manosfera', la comunidad radical masculina contra el feminismo (elespanol.com)

cultura muy relevante de la manosfera: los Activistas por los Derechos de los Hombres. Estudiados a fondo en la literatura en inglés (Cockerill, 2020; Farci y Righetti, 2019), hasta la fecha no tenemos muchas evidencias empíricas sobre los Activistas de los Derechos de los hombres en España. En nuestra investigación buscamos documentar un grupo de hombres que juega un papel crucial como ideólogos de la manosfera y agentes destacados de la producción de *conocimiento de género* antifeminista. Además, existen estrechos vínculos entre estos grupos de la manosfera local y los partidos de la esfera política de la derecha (Juárez-Miro y Toff 2021), tales como VOX, partido político que está ganando relevancia social y política en España. En esta misma línea, otros autores han identificado una yuxtaposición entre la extrema derecha con algunas de las subculturas de la manosfera en otros lugares de la geografía global (Mamié, Ribeiro y West, 2021).

Por otro lado, consideramos relevante estudiar los Activistas de los Derechos de los Hombres españoles porque, además de su importante trabajo ideológico, tienen una altísima capacidad para hacer el trabajo afectivo desde su estatus de víctimas de las mujeres y del feminismo. Hablamos de una *malla afectiva* de la manosfera, porque de nuestro trabajo concluimos que los hombres participan en la manosfera para encontrar consuelo y crear vínculos relacionados con la masculinidad y los sentimientos de rabia, pérdida y orgullo dañado.

Así, en nuestra indagación etnográfica se desprende que la victimización masculina, además de satisfacer un vacío emocional y las necesidades de cuidados de muchos hombres, también tiene un inmenso potencial para la politización del antifeminismo. De hecho, las narrativas de dolor han demostrado ser mucho más efectivas que otras estrategias de la manosfera, como puede ser el troleo de género, porque la victimización masculina es "políticamente correcta" y tiene una alta virtud moral asociada a la victimización. En este sentido, el emergente victimismo masculino facilita la circulación de las ideas antifeministas y misóginas en la vida social y política de nuestro país. Por todo esto, en este capítulo, presentamos nuestro análisis sobre los Activistas de los Derechos de los hombres en tanto que activistas digitales en la misoginia colaborativa y nos centramos en dos cuestiones principales: la victimización masculina y el trabajo ideológico antifeminista.

Los hallazgos que aquí presentamos son el resultado de una etnografía digital multiplataforma realizada en la manosfera española que incluye la observación participante en Twitter, Facebook, en blogs y sitios web conducida durante un año por dos ciber-etnógrafas españolas. La técnica de la etnografía digital consiste en hacer una observación participante de cuentas, webs, grupos cerrados mediante la lectura, la recopilación de hilos y post clave. Nuestro trabajo de etnografía digital tiene un

enfoque *emic*, ya que hacemos observación participante como lo hacen los hombres que navegan en la manosfera: tenemos cuentas, seguimos las cuentas, nos conectamos a las conexiones de Twitch, vemos los videos en YouTube, etc. Además, en nuestro trabajo, hemos recopilado notas de campo digitales en un cuaderno de campo colectivo y hemos archivado artefactos digitales producidos por los ADH, incluidos hashtags, memes, GIF, publicaciones, perfiles de cuentas, videos y fotos.

2. QUIÉNES SON LOS ACTIVISTAS DE LOS DERECHOS DE LOS HOMBRES EN ESPAÑA

Si bien es cierto que la fuerza de la Cuarta Ola feminista ha sido un terreno fértil para la aparición de movimientos por los derechos de los hombres, antes de la existencia de la nanosfera, ya encontramos por todo el Mundo movimientos por los derechos de los hombres. De hecho, el término de los *derechos de los hombres* se usó en la revista Putnam en 1856 en el artículo "A Word for Men 's Rights" (Jiménez, 2019, p. 474). Otro antecedente importante de los movimientos actuales es la *Coalition of American divorce reform elements,* fundada en 1971 en Estados Unidos por Richard Doyle. Poco más tarde, en 1977, se creó la *National Coalition for Men*, comprometida con la eliminación de la discriminación contra los hombres. En EEUU, también es relevante reseñar la creación en 2009 de la página web antifeminista *A voice for men* por Paul Elam, un Activista de los Derechos de los Hombres con mucha influencia[4] en el mundo anglosajón. En otros contextos europeos, también han tenido predicamento las asociaciones activistas de este corte, como es la *Liga para los Derechos de los Hombres* en Reino Unido o la *Federación para los Derechos del Hombres* en Austria.

Al contrario de lo que pasa en otros lugares del mundo, en España no encontramos un movimiento pro-derechos de los hombres con tanta tradición histórica ni relevancia social. Ha sido en los últimos años, como consecuencia de los avances de la conciencia feminista entre las jóvenes españolas, la emergencia de un poderoso movimiento que reivindica la erradicación de la violencia sexual contra las mujeres y la traducción de estos cambios en reformas judiciales y legales como la Ley de Garantías Sexuales o la conocida como Ley Trans, cuando algunos hombres han sentido la necesidad de reclamar sus derechos de forma organizada a partir de la idea clave de que el feminismo está yendo demasiado lejos y, en definitiva, provoca un gran daño a los hombres. A pesar de no ser tan conocidos como los

4. Ver más en: https://www.buzzfeed.com/adamserwer/how-mens-rights-leader-paul-elam-turned-being-a-deadbeat-dad

Célibes Involuntarios (*incels*) o tener tanto predicamento como los *Youtubers misóginos*[5] (Pibernat, 2021), el capital simbólico y potencial político de los Activistas de los Derechos de los Hombres, tanto dentro como fuera de la manosfera está creciendo. De hecho, dentro de las *cámaras de eco* de la manosfera, consideramos que su rol es el de creadores de contenido, líderes de opinión y "hombres sabios" de la manosfera. Su protagonismo en estos espacios es la razón por la que usan sitios web personales de aspecto profesional y tienen canales y cuentas de YouTube, Twitch y Twitter donde usan sus nombres reales y usan sus propias experiencias personales para llegar a los hombres y difundir su conocimiento.

Dentro de los Activistas de los Derechos de los Hombres se pueden diferenciar dos corrientes. El primer grupo lo forman los hombres que luchan por los derechos de los padres, dónde exigen la igualdad entre los padres y en el régimen de custodia de sus hijos (Cannito y Mercuri, 2021). El segundo grupo lo constituyen los hombres que buscan reconciliarse plenamente con su naturaleza masculina verdadera y que tienen el objetivo de "desmontar el feminismo" desde un trabajo intelectual.

La primera corriente la constituyen los denominados "hombres maltratados" y los Activistas de los Derechos de los Padres. Este es el caso de la asociación *Silenciados*, un grupo de activistas que documenta los casos de hombres maltratados por la denominada Ley de Violencia de Género. Otros dos ejemplos emblemáticos de los Activistas de los Derechos de los Padres son Papá Maravilla y Jesús Muñoz, los cuales luchan por la derogación de la normativa nacional contra la violencia de género ya que, a su juicio, están diseñadas para discriminar a los hombres.

El segundo grupo de Activistas de los Derechos de los Hombres españoles pueden ser encontrados en diferentes espacios de la manosfera. En primer lugar, en Facebook, encontramos cuentas como el *Movimiento de los Derechos del Hombre,* una comunidad de 45.854 seguidores que se define como igualitaria y, a la vez, contraria a la ideología feminista. En Twitter encontramos dos cuentas destacadas: la cuenta de GrisA (@grisasexual) y la cuenta de la Asociación Hombres Maltratados (@AsocMaltratados). GrisA, quien se define como Activista de los Derechos de los hombres y con 25.300 mil seguidores en Twitter, es uno de los ADH español de mayor relevancia debido a su intensa actividad en redes y sus interconexiones con otras subculturas de la manosfera, como los MGTOW españoles y las mujeres feministas que pertenecen al llamado #TeamAlienadas. Por otro lado, la *Asociación Hombres Maltratados* —definida como una asociación que defiende a los hombres

5. Véase Roma Gallardo, Inglovlogger, Un Tío Blanco Hetero o Libertadyloquesurja.

que sufren maltrato en el ámbito familiar y asesorada por mediadores, psicólogos, peritos y abogados—, tiene un lugar importante en el universo ADH español, así como su presidente Antonio Luna Lema, un abogado que tiene 16.700 seguidores en Twitter. Sin embargo, si existe un Activista de los Derechos de los Hombres en España que siga la lógica personalista y de creador de contenidos al estilo de los estadounidenses Paul Elam o Warren Farrell, este es Daniel Jiménez, historiador y profesor de lengua y cultura española en el U.S. Defense Language Institute. Daniel Jiménez usa Twitter y Facebook, pero más relevante es su trabajo activista e ideológico, principalmente difundido a través de su libro *Deshumanizando al varón* (2019) y del blog "Hombres, género y debate crítico: La otra perspectiva de género", creado en 2013, como veremos a continuación.

3. HACIENDO EL TRABAJO IDEOLÓGICO DE GÉNERO DE LA MANOSFERA

Uno de los objetivos de nuestra investigación era explorar el papel de los Activistas de los Derechos de los Hombres españoles en la producción de una ideología antifeminista a través de la generación de un *conocimiento de género* específico (Rothermel, 2020). Cuando hablamos de *conocimiento de género* (gender knowledge), nos referimos al concepto definido por Rothermel como el conjunto de asunciones tácitas y explícitas sobre las relaciones de género en los procesos de creación de políticas públicas (2020).

En el trabajo de Ann-Kathrin Rothermel, que consideramos un antecedente fundamental de nuestro trabajo, se explora la dinámica afectivo-discursiva de la producción de *conocimiento de género* en comunidades antifeministas en línea basadas en la India y sitúa su investigación en un contexto en el que se está produciendo una pugna por el conocimiento de género que puede influir en los debates políticos sobre el género así como contribuir a aumentar la polarización social. Así, los Activistas de los Derechos de los Hombres producen un *conocimiento de género* alternativo, misógino y con un fuerte componente afectivo, que se difunde en todo tipo de espacios digitales y que tiene una base comunitaria y dialógica, ya que se produce con frecuencia en colaboración entre ellos o con sus comunidades. El carácter comunitario de este conocimiento antifeminista y emergente contribuye a que se polinice este conocimiento de género alternativo a la sociedad general, a través de la memética y de otras prácticas sociales digitales.

3.1. Los temas y el ideario MRA: de la deshumanización de varón a la desechabilidad masculina

Analizando los temas tratados en los blogs, las páginas web, los grupos de Facebook, los hilos de Twitter o los contenidos audiovisuales producidos y subidos a TikTok, Twitch y YouTube nos encontramos con una serie de cuestiones recurrentes, que son transversales a todos los ADH, como son: la custodia de los hijos, el matrimonio y el divorcio, la circuncisión masculina, el privilegio femenino, el suicidio, el servicio militar, el fraude de paternidad, la prisión, los asuntos reproductivos, la seguridad social y los seguros, la violencia doméstica y la violación, tema paraguas dentro del cual tratan las acusaciones falsas contra los hombres y la criminalización de la violación marital.

Un ejemplo del abanico de los temas de este movimiento lo encontramos en el principal trabajo intelectual de Daniel Jiménez, el libro "Deshumanizando al varón" (2019), principal libro de ideología ADH escrito en España hasta la fecha. El libro de divide en tres partes, el pasado, el presente y el futuro del sexo masculino, donde expone a través de una narración historicista la evolución de la masculinidad y el papel del hombre y de la mujer en diferentes situaciones a partir de la idea central de su argumentación, que: los problemas masculinos que han sido invisibilizados sistemáticamente, mientras que los problemas femeninos están sobredimensionados en la sociedad y los medios de comunicación. Esta lógica y este mismo repertorio temático la encontramos en el blog "Hombres, género y debate crítico: La otra perspectiva de género", como se puede apreciar en la recopilación de tema tratados que hemos hecho en nuestro análisis, como se muestra en la Figura 1:

Figura.1: Nube de palabras creada por las autoras a partir de las etiquetas de los temas tratados en el blog "Hombres, género y debate crítico".

Decimos que los temas tratados en este texto son temas de interés común entre los Activistas de los Derechos de los Hombres, ya que son habitualmente comentados en redes sociales y encontramos campañas digitales para visibilizar o denunciar estas cuestiones. Este es caso de la campaña #i2Friday para la erradicación de la circuncisión genital masculina, ampliamente secundada en redes por tuiteros ADH y las mujeres antifeminista del #TeamAlienadas.

Las dos ideas clave del ideario de los ADH españoles son la cuestión de la *deshumanización del varón* y de la *desechabilidad masculina*. Estas dos ideas están en la base de la narrativa de victimización masculina que tan fundamental es para entender la manosfera española. En primer lugar, nos encontramos con la idea de la *deshumanización del varón* como llaman al hecho de que la sociedad actual y el feminismo culpan a los hombres de todos los males que le ocurre a la humanidad. Desde su punto de vista, la culpabilización sistemática de los hombres se convierte en una deshumanización cuando además se ignora que los hombres también sufren desigualdades y violencias. Algunos de los fenómenos que apuntan para sostener su argumentación es que fenómenos como los accidentes laborales, el sinhogarismo, el fracaso escolar o la circuncisión afectan principalmente en los varones. En este marco se subrayan también los casos de violencia sexual sufridos por hombres —por ejemplo, en contextos bélicos o la circuncisión masculina— justificando así que los hombres también son víctimas, pero que sus experiencias han sido suprimidas de forma interesada por el feminismo.

Por otro lado, es interesante en este grupo de militantes antifeministas, la idea que proponen de la *desechabilidad masculina*, la cual hace referencia a la tendencia de la sociedad a preocuparse menos por la seguridad y el bienestar de los hombres que de las mujeres. La mayor prevalencia de suicidios, homicidios y muerte en frente entre los hombres que entre las mujeres sustenta la idea de la *desechabilidad masculina* propuesta por Warren Farrell en los años 90 y que se encuentra a menudo en blogs donde los ADH españoles dan lecciones sobre las bases de la discriminación de los hombres contemporáneos. Vinculada a esta idea, encontramos a menudo en estos espacios digitales acusaciones a las mujeres feministas de odiar a los hombres y de propugnar políticas públicas dirigidas a erradicar la violencia de género que realmente son una institucionalización de la misandria.

3.2. Pedagogía digital antifeminista

Mendes, Keller y Ringrose afirman que, en el contexto del activismo feminista, las redes sociales pueden funcionar como poderosas herramientas pedagógicas

donde los lectores se exponen a nuevas ideas y a críticas del sistema patriarcal. Basándonos en la idea de que las redes sociales son herramientas pedagógicas del feminismo (2018), planteamos que los Activistas de los Derechos de los Hombres están buscando deslegitimar el feminismo. A través del uso fluido de términos, conceptos teóricos y políticos feministas, los ADH demuestran un sólido conocimiento del léxico y del argumentario feminista, que utilizan para proporcionar a su comunidad de seguidores una alfabetización en feminismo que les ha de permitir desenmascararlo y desmontarlo. La pedagogía antifeminista de los ADH sigue dos estrategias: primero, señalando el doble rasero del feminismo y la deshumanización de los hombres; segundo, desplegando un discurso cientificista, que recurre a datos y fuentes científicas que refuercen y validen sus afirmaciones antifeministas.

Un ejemplo de la primera estrategia es la colección de 51 memes creados y comentados por el autor del blog *Hombres, género y debate crítico* con el objetivo de denunciar la invisibilidad de la discriminación masculina y el sufrimiento masculino "brindando las fuentes necesarias para quienes quieran profundizar en el tema"[6] e incluye ejemplos de atrocidades cometidas contra hombres en todo el mundo (ej: reclutamiento forzado de hombres en milicias en Colombia, ejecuciones de hombres homosexuales en Irán y víctimas de violaciones masculinas en la República Democrática del Congo) incluyendo el texto "Pero no es un problema de género". Si bien podría argumentarse que su obra da cuenta de los problemas masculinos, también crea una falacia, en la medida en que el enfoque de género consiste precisamente en tomar conciencia del impacto específico de los fenómenos sociales en hombres y mujeres. Se trata de una estrategia interesante, puesto que denuncia el doble rasero de no considerar los problemas de los hombres como "problemas de género", acusando así directamente al feminismo de abandonar a los hombres y su sufrimiento. Sin embargo, desde nuestro punto de vista plantear a los hombres y sus experiencias de victimización oculta el hecho de que los hombres a menudo son victimizados principalmente por perpetradores masculinos y que este abuso contra los hombres ocurre como resultado de sociedades patriarcales que ejercen presión sobre los hombres planteando que las únicas identidades masculinas aceptables son aquellas basadas en nociones hegemónicas de estoicismo, fuerza y resiliencia, un punto que ha sido enfatizado hasta la saciedad por el feminismo.

6. Ver la colección completa en: https://hombresgeneroydebatecritico.wordpress.com/2015/05/16/la-discriminacion-masculina-en-51-memes-con-fuentes/

Un ejemplo de la segunda estrategia lo encontramos en el esfuerzo pedagógico de GrisA @grisasexual, un ADH español anónimo que usa sus cuentas de Twitter y TikTok, así como canal de YouTube y un blog personal para crear lo que él llama la "biblioteca casi definitiva contra los argumentos del feminismo"[7]. Se trata de una recopilación de artículos, videos y estudios científicos que supuestamente desmontan las ideas feministas. Principalmente activo en Twitter, comparte, casi a diario, artículos científicos y cifras que ayudan a desmantelar los argumentos feministas usando la posibilidad que ofrece Twitter de crear hilos para plantear ideas, hacer argumentaciones y compartir datos provenientes de estudios supuestamente científicos. Lo interesante del trabajo pedagógico de GrisA es que plantea que las feministas no entienden realmente bien los postulados de las Teorías de Género, que no manejan fuentes y que nos están bien informadas, como cuando dice que "la mayoría de gente, en especial las feministas no entienden realmente lo que dicen la ley de violencia de género española"; de esta manera, se postula él, así como otros ADH como los verdaderos conocedores de la perspectiva de género y no las activistas e intelectuales feministas, subvirtiendo así la idea extendida de que sólo las feministas saben de feminismo y abriendo la veda a que cualquier usuario opine sobre las políticas públicas y otras acciones para la erradicación de la desigualdad de género.

4. VICTIMISMO MASCULINO Y PLATAFORMIZACIÓN DEL DOLOR: DE LOS HOMBRES MALTRATADOS A LOS PADRES HERIDOS

La segunda cuestión que considerábamos relevante tratar en nuestro trabajo era la narrativa del victimismo masculino, porque es un elemento central en todas las subculturas misóginas de Internet y porque se está utilizando para justificar afirmaciones misóginas y fundamentar una estrategia antifeminista específica orientada hacia el desmantelamiento político del feminismo. Por ello, nos preguntamos por el papel crucial que juegan los hombres que se presentan como maltratados y víctimas del feminismo en la construcción de la ideología antifeminista y en la manosfera española en su conjunto. Tras hacer trabajo etnográfico focalizado en los ADH, pero también estudiando las conexiones entre las diferentes subculturas de la manosfera (con los MGTOWs, Youtubers misóginos y mujeres antifeministas), concluimos que entre los ADH son los "hombres maltratados" tienen el capital simbólico más alto en el régimen de victimismo masculino de la manosfera

7. Verla en: https://twitter.com/grisasexual/status/1165745520771551234.

española. De esta manera realizan una importante labor legitimadora dentro de la manosfera, ya que actúan como sinécdoque del sufrimiento masculino y víctimas reales de un sistema injusto supuestamente amañado contra los hombres.

Para comprender la producción de *conocimiento de género* antifeminista, Rothermel traza un paralelo con el desarrollo de la conciencia feminista, basado en la centralización de las emociones que pueden llevar a pensar el mundo de manera diferente. Para comprender la dimensión afectiva del trabajo ideológico-afectivo de género que se hace en la manosfera, Rothermel establece que son tres pasos los que se dan en la generación de *conocimiento de género*: 1) crear espacios alternativos *online* que permitan, 2) legitimar sus emociones de rabia y odio; 3) capitalizando sus experiencias de victimización para validar afirmaciones sobre cuestiones de género (2020, p. 3). Así, los hombres se involucran en comunidades *online* porque estos entornos digitales les brindan espacios seguros alternativos donde cuentan sus experiencias personales de rabia y enfado con el feminismo, produciendo así narrativas de victimización que sirven para legitimar sus opiniones como si fueran verdades irrefutables.

4.1. Las víctimas arquetípicas: padres heridos y hombres maltratados

Como hemos visto, los ADH primero crean espacios digitales comunitarios en los que se presentan a sí mismos como las verdaderas víctimas del feminismo, que no es representado como un movimiento pro-igualdad, sino un movimiento contrario a los hombres y cargado de odio misándrico. Sus planteamientos presentan a la sociedad como dicotómica, en la que, como resultado de la institucionalización del feminismo (la dictadura de la *ideología de género*) las mujeres son ahora los sujetos privilegiados y los hombres las víctimas discriminadas.

Se produce de esta manera una sinécdoque de la victimización masculina en la manosfera, mediante la cual todos los hombres son víctimas de un sistema injusto contra los hombres.

Para pensar sobre esto, recurrimos a lo que Chouliaraki llama la "plataformización del dolor" (2021), es decir, el reclamo de victimización a través de narrativas de dolor que se comparten a través de las redes sociales. Estas narrativas de dolor se comparten gracias a algunas affordances de las plataformas como son los hilos, la creación de memes o la posteo de noticias. Un ejemplo de "plataformización del dolor" es el documental sobre hombres maltratados por mujeres en España que se llama "Silenciados, cuando los abusados son ellos (los hombres)", el cual acumula

más de 180.000 visualizaciones y ha sido reseñada por el conocido youtuber antifeminista *Un Tío Blanco Hetero*.

Además de los hombres maltratados, los Activistas por los Derechos de los Padres más conocidos en España, Papá Maravilla y Jesús Muñoz, son ejemplos emblemáticos de la "plataformización" de dolor y de la capitalización de la victimización como virtud. Así, tanto Jesús Muñoz[8] como Papá Maravilla[9] tienen un alto perfil en la manosfera: han publicado libros sobre su historia de vida, poseen sus propias páginas web personales, publican en Twitter y producen contenidos de forma regular en sus canales de YouTube y Twitch, en los que entrevistan a otros padres maltratados, políticos de la extrema derecha española y a otros activistas de los derechos del hombre para hablar de sus experiencias compartidas de sufrimiento e injusticia. Ambos son hombres que perdieron el derecho a la custodia de sus hijos tras divorciarse de sus mujeres y mediante la aplicación de la Ley Integral de Víctimas de Violencia de Género de 2006.

4.2. Prestidigitación victimista: las mujeres son las verdaderas perpetradoras

Además de la presencia de víctimas "verdaderas" del feminismo, como se presentan los Activistas de los Derechos de los Padres o los hombres maltratados, nos ha llamado la atención un mecanismo de reivindicación de la victimización masculina que hemos llamado la *prestidigitación victimista*, para referirnos a la inversión de los roles de víctima y victimario. Y es que, mientras hacíamos la observación participante en las comunidades ADH españolas alojadas en grupos de Facebook, observamos que, en estos espacios, las mujeres a menudo son retratadas como perpetradoras de violencia sexual y violencia intrafamiliar, mientras que los hombres son retratados recurrentemente como inocentes.

Este es el caso de un grupo de Facebook llamado *Movimiento por los Derechos del Hombre*, seguido por más de 45.000 personas y liderado por un ADH español que ofrece apoyo social para hombres. En esta comunidad *online* se produce un intercambio de roles entre víctimas y victimarios a través de la publicación constante de noticias de absoluciones de hombres perpetradores de violencia y noticias sobre violencia (secuestro, asesinato, palizas) en las que la culpable es siempre una mujer.

8. Ver más en: https://www.papamaravilla.com
9. Ver más en: https://www.malostratosfalsos.com

El aterrador flujo de noticias y cifras sobre mujeres perpetradoras produce una distorsión muy efectiva, que se apoya en la representación de mujeres como asesinas que se esconden detrás de la apariencia de "seres de luz" y la representación de mujeres feministas a través de tropos de mujeres locas, histéricas o incapaces. Así, se produce un ilusionismo, un juego de habilidad argumentativa y comunicativa, que acaba produciendo artificialmente la impresión de que hemos sido engañados por el feminismo y sus efectos, juegos e ilusiones. Sin duda, el resultado de la generación y la puesta en circulación de este *conocimiento de género* antifeminista es la creación de un nuevo ciclo de polarización y un esquema dicotómico en el que los hombres se quedan atrapados en la victimización y la rabia, fomentando así la *bilis digital*, como denomina Emma Jane (2012) a las acciones digitales destinadas a electrónico enviado con el propósito de arrojar ira y odio en los espacios digitales.

5. CONCLUSIONES

En los últimos años, la polarización ideológica en la sociedad española ha incrementado considerablemente; con el auge de la Cuarta Ola del feminismo y la apuesta por leyes progresistas, ha despertado fuertes resistencias por parte de los sectores conservadores de la sociedad y ha sido un factor clave del éxito de una nueva (vieja) derecha propugnada por partidos políticos basados en los valores tradicionales de género y familia. En este contexto, crecen posiciones feministas y antifeministas polarizadas entre la juventud española, y el victimismo ocupa un lugar central en el debate social digital sobre lo que se ha convertido en una lucha por el *valor moral* (Venäläinen y Virkki, 2019:1377).

Concluimos que los Activistas de los Derechos de los Hombres tienen un lugar clave en la manosfera española por dos motivos: primero, porque hacen un trabajo ideológico de producción de un conocimiento de género alternativo y antifeminista; y, segundo, ocupan un lugar central en la configuración de los regímenes de victimismo masculino. A través de nuestro análisis hemos reconocido la dimensión afectiva que proporciona el marco para el desarrollo de su trabajo ideológico y su pedagogía antifeminista. Así, podemos afirmar que los Activistas por los Derechos de los Hombres, especialmente actores claves como Daniel Jiménez y GrisA, llevan a cabo una auténtica pedagogía del antifeminismo.

Sin duda la cuestión del victimismo masculino, movilizado a través de prácticas sociales digitales de carácter afectivo, es una de las cuestiones clave a las que debemos prestar atención en el futuro, ya que resulta altamente funcional para los hombres de la manosfera española y tiene un poder legitimador del feminismo sin prece-

dentes. Esto ocurre porque las posiciones de victimismo legitiman a los ADH como verdaderas víctimas de la manosfera, pero también como sabios de la manosfera. Gracias a su discurso moderado y de dignidad restituida después de su experiencia como víctimas, los ADH aparecen ante su público digital con una autoridad racional masculina restaurada, en la medida en que solo ellos tienen la capacidad cognitiva de ver a través de la trama mentirosa y mal intencionada del feminismo.

En esta conclusión, nos gustaría acabar subrayando que las narrativas de dolor han demostrado ser mucho más efectivas que otras estrategias de acción de la manosfera, como puede ser el troleo de género o los ataques organizados a feministas, como los que hace Forocoches[10]. Creemos que es así porque la victimización masculina es "políticamente correcta" y está cobrando valor moral en una sociedad española antagónica y polarizada, lo cual facilita el eco de visiones antifeministas y misóginas en las esferas políticas. A su vez, estas ideas han encontrado fácil acceso a los principales medios de comunicación y a la sociedad en general, lo que está dando como resultado que un número preocupantemente creciente de personas se alinee con esta postura.

Creemos que enfocarse en las necesidades socioafectivas de los hombres es imperativo para tratar de desmantelar la misoginia y el antifeminismo en el que muchos hombres jóvenes españoles están construyendo su identidad masculina. Por ello, postulamos que debemos intensificar los esfuerzos analíticos para comprender cómo se reivindica la victimización masculina porque esto puede ser crucial en la sensibilización y la intervención con hombres jóvenes que resuenan con la narrativa de los "hombres heridos del feminismo".

6. FINANCIACIÓN

Investigación financiada por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

7. BIBLIOGRAFÍA

Bratich, J. y Banet-Weiser, S. (2019). From pick-up artists to incels: con(fidence) games, networked misogyny, and the failure of neoliberalism. *International Journal of Communication* 13, pp. 5003-5027

10. Como el que recibió el Observatorio Stop Machitroles de la Universidad de Vigo. Ver más en: https://www.uvigo.gal/en/university/communication/duvi/observatorio-stop-machitroles-achega-primeira-radiografia-violencia-machista-dixital-sur-galicia

Cannito, M. y Mercuri, E. (2021). Fatherhood and gender relations in the manosphere: Exploring an Italian non-resident fathers' online forum. *European Journal of Cultural Studies*, 13675494211036967.

Chouliaraki, L. (2021). Victimhood: The affective politics of vulnerability. *European Journal of Cultural Studies*, 24(1) pp. 10-27.

Cockerill, M. (2019). Convergence on Common Ground: MRAs, Memes and Transcultural Contexts of Digital Misogyny. In Ging D and Siapera E (eds) *Gender hate online*, London: Palgrave Macmillan, pp. 87-110.

Farci, M. y Righetti, N. (2019). Italian men's rights activism and online backlash against feminism. *Rassegna Italiana di Sociologia* 4

García-Mingo, E., Díaz-Fernández, S. y Tomás,S. (2022) "(Re)configurando el imaginario sobre la violencia sexual desde el antifeminismo: el trabajo ideológico de la *manosfera* española", *Política y Sociedad* (en prensa)

Mendes, K., Ringrose, J. y Keller, J. (2018). # MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, *25*(2), 236-246.

Miro, C. y Toff, B. (2021). How Right-Wing Populists Engage with Cross-Cutting News on Online Message Boards: The Case of ForoCoches and Vox in Spain. *The International Journal of Press/Politics*, 19401612211072696.

Mamié, R., Horta Ribeiro, M., & West, R. (2021, June). Are Anti-Feminist Communities Gateways to the Far Right? Evidence from Reddit and YouTube. In 13th ACM Web Science Conference 2021 (pp. 139-147).

Ging, D. (2019) Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. Men and Masculinities 22(4), pp. 638-657.

Hanash, M. (2018). Disciplinamiento sexual: cazando brujas y ciberfeministas. In: Investigación y Género. Reflexiones desde la investigación para avanzar en la igualdad. VII Congreso Universitario Internacional Investigación y Género (eds Vázquez Bermúdez, I. et al.), Seville, Spain, 28-29 June 2018, pp: 339-351 Sevilla: SIEMUS.

Papadamou, K., Zannettou, S, Blackburnm J, De Cristofaro E, Stringhini G y Sirivianos M. (2021). 'How over is it?' Understanding the Incel Community on YouTube". In 24th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work and Social Computing (CSCW 2021) DOI: arXiv:2001.08293

Pibernat-Vila, M. (2021). Misoginia youtuber: conseguir audiencia con humor sexista. Investigaciones Feministas 12(1), pp. 47-56. https://doi.org/10.5209/infe.69376

Rothermel, A.K. (2020). "The Other Side": Assessing the Polarization of Gender Knowledge Through a Feminist Analysis of the Affective-Discursive in Anti-Feminist Online Communities. Social Politics: International Studies in Gender, State & Society 27(4):718-741. 10.1093/sp/jxaa024

Venäläinen, S. y Virkki, T. (2019). Struggles for moral value and the reproduction of gendered and racialized hierarchies in online discussions of violence. The Sociological Review 67(6), pp. 1367-1382.

8. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (2021). Barómetro Juventud y Género 2021. Identidades, representaciones y experiencias en una realidad social compleja. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.5205628

Jane, E. (2014) "Your a Ugly, Whorish, Slut", Feminist Media Studies, 14:4, 531-546, DOI: 10.1080/14680777.2012.741073

Nagle, A. (2017). Kill all normies: Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right. Nueva York: John Hunt Publishing.

Capítulo 7

Una crítica feminista a la retórica económica del discurso incel

Yanna G. Franco
Universidad Complutense de Madrid
ygfranco@ucm.es

Marisa Bordón Ojeda
Universidad Complutense de Madrid
marisaleonorbordon@ucm.es

Andrés Villena Oliver
Universidad Complutense de Madrid
andville@ucm.es

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los medios digitales han contribuido a la difusión del discurso feminista, que ha logrado introducir en la agenda mediática y política reivindicaciones que se consideran actualmente irrenunciables, salvo para sectores marginales o extremisas de la sociedad. Sin embargo, también han facilitado el surgimiento de "una nueva vertiente virulenta y especialmente tóxica del antifeminismo" (Ging (2019). Un exponente de estas corrientes misóginas en Internet lo constituyen los *incels* (abreviatura de "célibes involuntario"), comunidad *online* formada por hombres que culpan a las mujeres y al feminismo de su falta de relaciones amorosas y sexuales. Esta ideología misógina se expande por diferentes plataformas y foros, tanto específicos como generales, como Reddit, 4chan o YouTube, y en España encontramos versiones de este discurso en foros abiertamente machistas como, por ejemplo, Forocoches o Burbuja.info. La amplia difusión de este discurso atrae a un colectivo de hombres frustrados o socialmente marginados, que ejercen odio y violencia contra las mujeres a través de las redes sociales e, incluso, han sido relacionados con algunos actos terroristas en la última década (Dickel & Evolvi, 2022; Witt, 2020; Ging, 2017).

Este discurso de extrema violencia viene, asimismo, apoyado por una perspectiva de pretendida justicia social: estos célibes involuntarios se consideran sexual y afectivamente excluidos de una estructura social que distribuye asimétricamente

el derecho al sexo y a las relaciones románticas y personales con las mujeres (Glace *et al*., 2021). No es infrecuente encontrar literatura donde se afirma que este nuevo antifeminismo nace como respuesta a los cambios sociales, culturales y económicos acaecidos en las últimas décadas (Messner, 2016), referidos a la incorporación de las mujeres a la esfera laboral y al espacio público. Dichos cambios, se argumenta, se interpretan como una amenaza por parte de un conjunto de hombres que perciben la erosión de lo que Connell & Messerschmidt (2005) han denominado el *dividendo patriarcal*, es decir, el conjunto de privilegios acumulados y mantenidos por los hombres gracias a la posición social que corresponde a su género. Sin embargo, en realidad, estas reacciones tan violentas contra la conquista de derechos para las mujeres tienen su raíz en el el sistema capitalista neoliberal (Ging, 2019) que, además de la erosión material de las condiciones de vida de amplias capas de la población, fomenta las dinámicas individualistas y la cultura del "fracaso" profesional y social. Es el sistema capitalista neoliberal, y no el feminismo, el que ha dado lugar a este segmento de la sociedad especialmente perjudicado por las políticas neoliberales: hombres que antes pertenecían o hubieran pertenecido a la clase media y que ahora, en cambio, están materialmente peor que la generación anterior.

Con ese punto de partida, en este capítulo proporcionamos una mirada a la "incelosfera" desde la economía, como aproximación complementaria a otras perspectivas de conocimiento de esta comunidad misógina en Internet. Los argumentos pretendidamente económicos que sus miembros esgrimen para fundamentar sus planteamientos son erróneos cuando no absurdos: en ocasiones hacen una mezcolanza de ideas y conceptos económicos mal utilizados, como la regla 20/80 de Pareto; y en otras ocasiones hacen una transposición acrítica de la Teoría de la Economía Sexual (SET, por sus siglas en inglés: Sexual Economics Theory), un paradigma superado (Whyte, Brooks & Torgler, 2019; Rudman, 2017) que no es más que una aplicación de los postulados racionalistas de la economía clásica a la esfera de las conductas de emparejamiento. Así, apelando a la racionalidad económica supuestamente inherente a las relaciones sociales, afectivas y sexuales entre hombres y mujeres, elaboran un discurso sofisticado y de matices pretendidamente técnicos con apariencia científica. Construyen un sujeto femenino deshumanizado y dispuesto al cálculo racional para obtener una serie de objetivos e intereses, limitando las oportunidades vitales de los hombres. Dicha construcción imaginaria es empleada para legitimar comportamientos de máxima violencia, incrementado con ello la probabilidad de que esta tenga lugar y, en cualquier caso, promoviendo una visión de las relaciones heterosexuales hostil contra las mujeres (Fetterolf & Rudman, 2017).

En este sentido, la deshumanización mercantilista del complejo sistema de las relaciones sociales constituye un caldo de cultivo para una justificación racional de la actividad violenta contra las mujeres, concibiendo esta última como un mero efecto negativo —y en cierto modo, espontáneo— del funcionamiento de un supuesto mercado de relaciones sexo-afectivas que distribuye injustamente los recursos disputados. Este trabajo analiza cómo la visión mercantilizada de las relaciones sexuales y románticas pretende conferir una cierta formalización o apariencia de sofisticación a su discurso misógino. El caso de los *incels* permite, en este sentido, mostrar una visión amplificada de ese discurso economicista neoliberal, por la radicalidad de sus componentes y por las dinámicas propiciadas por el ecosistema tecnológico digital. La patente influencia de este tipo de teorías económicas unidimensionales ofrece, asimismo, la ocasión de exponer los análisis feministas acerca del vínculo entre el sistema patriarcal y el sistema capitalista, así como entre las teorías de raíz sociobiológica y las teorías económicas de carácter neoclásico (Van Valkenburg, 2018).

2. LA COMUNIDAD MISÓGINA DIGITAL DE LOS "CÉLIBES INVOLUNTARIOS"

Denominamos manosfera, a la confederación de colectivos digitales y redes sociales frecuentemente solapadas que, con una mayoría integrante de hombres, reproducen distintas versiones de un discurso antifeminista y misógino que incita al odio, e incluso, a las agresiones verbales y físicas (Ging, 2019; Horta Ribeiro *et al.*, 2021), y se ven favorecidos por una intermitente y laxa regulación, así como por las ventajas del anonimato. Dentro de ella, se inscriben los célibes involuntarios, o *incels*, con un discurso especialmente misógino, violento y tóxico (Horta Ribeiro et al., 2021). El colectivo *incel* es muy activo en foros digitales, como es el caso de distintos foros integrados en la gigantesca plataforma digital 'Reddit' —una comunidad con más de 52 millones de usuarios diarios y unos 138.000 foros y subforos temáticos, utilizado por una clara mayoría de hombres—, y concentra un discurso de odio exacerbado contra las mujeres, contra las expresiones femeninas y contra los logros y discursos del feminismo, incluyendo la glorificación y reivindicación del ocasional suicidio de sus líderes y componentes, que ha venido frecuentemente acompañada de asesinatos masivos y atentados en fechas recientes (Witt, 2020).

El fenómeno *incel* se caracteriza por un discurso digital fuertemente identitario con manifestaciones aisladas en la sociedad civil, como la comisión de hasta seis atentados mortales reivindicados por supuestos miembros de este movimiento

(Casciani & De Simone, 2021). A raíz de estos sucesos, y a partir de una reflexión sobre el mencionado complejo carácter del movimiento, algunos analistas (Turner, 2018) han llegado a comparar dicho carácter híbrido o mixto con el de los yihadistas, haciendo referencia a la combinación entre activismo digital y la comisión individual de asesinatos posteriormente reivindicados en el ámbito de Internet. Por otra parte, su discurso misógino y antifeminista y la percepción de una imaginaria jerarquía social determinada por el acceso a las relaciones sexuales y románticas son los principales discursos compartidos a partir de fotos manipuladas o 'memes', algunos de los cuales son también utilizados por la denominada *'alt-right'*, la extrema derecha estadounidense (Glace et al., 2021; Kelly & Aunspach, 2020). Diversos estudios han demostrado que la política reaccionaria de la ultraderecha en la actualidad se articula en torno al antifeminismo y la misoginia íntimamente conectados con el racismo (Kelly & Aunspach, 2020; Bernárdez-Rodal, Requeijo-Rey y Franco, 2022; Franco y Requeijo-Rey, 2021; Ging, 2019), en la medida en que "sus redes superpuestas que cultivan la misoginia anónima actúan como un puente entre formas de odio relacionadas" (Gentry, 2022; p. 209). La emergencia de este discurso extremista y violento, según consta en una investigación de la 'Radicalisation Awareness Network' de la Dirección General de Inmigración e Interior de la Comisión Europea (2021), representa una llamada de alerta para la que actúen eficaz y rápidamente las autoridades legislativas, judiciales y policiales con potestad de actuar en el amplio y difuso ámbito digital.

El origen de dicho movimiento y sus motivaciones se ligan a una serie de sentimientos de rechazo social y de baja autoestima como consecuencia de un declarado fracaso en las relaciones amorosas, del que se culpa a las mujeres y a los hombres socialmente exitosos, como los 'artistas de la seducción' o *'pick-up artists'*. Los *incels* se autodefinen como hombres célibes involuntarios que deben su situación de exclusión sexual al rechazo de las mujeres, denominadas a través del tipo ideal de 'Stacys', y a la competencia de otro tipo de hombres que, a diferencia de los primeros, sí logran el acceso a relaciones sexuales o románticas. Estos son denominados 'Chads', supuestos culpables de la sumisión a un orden cultural sesgado a favor de las mujeres. La exclusión sexual tiene para los *incels* una derivada social puesto que, lejos de percibir su situación desventajosa como el resultado de la precarización económica de las clases medias, la achacan a una supuesta condición individual que se combina con una supuesta actitud generalizada de rechazo de las mujeres hacia ellos. Así, según ellos, las mujeres los relegan al estrato más inferior de una jerarquía masculina, en la que el intercambio entre Chads y Stacys se hace posible gracias a las favorables características físicas de los primeros, exigidas por las segundas como condición de entrada para el establecimiento de relaciones.

La toma de conciencia de esa *exclusión sexual y social* (*red pilling* en la terminología de Matrix) los aglutina en una *comunidad* que se constituye como un conjunto de redes sociales solidarias y de apoyo mutuo, que consideran a las mujeres como un 'otro' contra el que construir una identidad alternativa. Como señalan Bratich & Banet-Weiser (2019), los *incels* construyen vínculos homosociales de fraternidad entre hombres sobre la base de su incapacidad para convertirse en *pick-up artists*. Ging (2017) y Bridges & Pascoe (2014) describen su identidad como una *masculinidad híbrida*. Aparentemente, los *incels* rechazan la masculinidad hegemónica, y toman prestados términos de los movimientos reivindicativos de las minorías (movimiento de los derechos civiles, feminismo, movimiento LGTBI+, etc). Sin embargo, no la desafían sino que rechazan frontalmente el feminismo y adoptan implícitamente los valores propios del patriarcado puesto que, en realidad, su queja consiste en no disponer ellos mismos de los beneficios que el patriarcado concede a la masculinidad dominante. De este modo, la denominada 'masculinidad beta' queda definida por un conjunto de rasgos: juventud, rechazo sexual, empleo inestable, violencia a través de los videojuegos, pornografía y erosión de los privilegios del hombre blanco, en lo que conecta con la idea de los '*left behind*', o personas relegadas por los más recientes cambios sociales, expuesta por los sociólogos Norris & Inglehart (2019) para analizar el nuevo populismo de derechas en la segunda década del siglo XXI.

En línea con la decidida renuncia a vivir conformes con una sociedad que consideran que les trata injustamente, el grupo justifica el uso de la violencia para remediar esa supuesta injusticia; y también justifica el suicidio entendido como una suerte de inmolación después de cometer actos terroristas. Este comportamiento extremo, al igual que los atentados terroristas, ha sido a menudo celebrado en los foros digitales *incel*, que califican como santos a algunos de sus principales promotores fallecidos. Este tipo de conductas y liturgias han llevado a algunos analistas a trazar un paralelismo entre los *incels* y los yihadistas (Cottee, 2018). Moskalenko *et al.* (2022) entienden, en cambio, que su *modus operandi* se aleja de la radicalización yihadista ya que, por ejemplo, no actúan en células sino que cuando perpetran acciones violentas lo hacen de modo individual y los consideran, en general, más marginados que violentos salvo casos aislados. La *radicalización* de su discurso y de sus actuaciones (de lo *online* a lo *offline*) sí se encuadra, sin duda, en el supremacismo y el antifeminismo propios de la derecha radical (Bernárdez-Rodal, Requeijo y Franco, 2022), como sucede en las demás corrientes de la manosfera (Clarke & Turner, 2020).

Por todo lo anterior, no es difícil deducir que se trata de personas con numerosos problemas psicológicos y personales pues, como señala Turner (2018), los *in-*

cels odian a las mujeres, pero también y especialmente a sí mismos. Los resultados de uno de los estudios más amplios y recientes (Moskalenko *et al.*, 2022), llevado a cabo sobre una muestra de 274 individuos adultos autoidentificados como *incels*, a partir de sus respuestas a una encuesta colgada en la web del foro Incels.co entre diciembre de 2020 y enero de 2021, avalan la teoría de su precaria salud mental. La mayoría de los encuestados declararon tener problemas de salud mental, sufriendo depresión, ansiedad y autismo, tanto diagnosticados como no diagnosticados (p. 19). Otro estudio de 2021, en este caso basado en una revisión de fuentes bibliográficas a partir de una búsqueda en las bases de datos Scopus, PubMed, PsycInfo y Google Scholar, encontró que en los debates y las encuestas de los foros de la incelosfera se manifestaban "problemas relacionados con la imagen corporal negativa, la timidez, ansiedad, déficit de habilidades sociales, autismo, acoso, inexperiencia sexual y romántica, soledad, depresión y suicidio" (Stijeja, 2021; p. 2). Comparados con el conjunto de la población adulta de los Estados Unidos, los *incels* tienen 2.5 veces más probabilidad de ser diagnosticados formalmente con una psicopatología, y 12 veces menos probabilidad de pensar que la psicoterapia les resultará útil (Moskalenko *et al.*, 2022; p. 13). Ello les convierte en un colectivo con una especial situación de *vulnerabilidad psicológica* y una percepción distorsionada de la realidad social y de las relaciones interpersonales, sin duda condicionada por su salud mental.

3. LA TEORÍA DE LA ECONOMÍA SEXUAL (SET) Y SU HOSTILIDAD CONTRA LAS MUJERES

En el año 2017, Richard Thaler recibió el Premio Nobel de Economía por sus contribuciones en el ámbito de la Economía del Comportamiento, basada en las investigaciones previas de los psicólogos Kahneman y Tversky. La aportación de Thaler sirvió, entre otras cosas, para superar la falacia de la actuación híperracional del *homo oeconomicus* que dominaba la teoría económica, según la cual las personas actúan en los mercados como sujetos ilimitadamente racionales que comparan los costes y los beneficios de las diferentes alternativas para, en función de ellos, tomar la decisión que optimice su utilidad o maximice su beneficio.

Uno de los ejemplos más difundidos de teorías económicas basadas en el supuesto de la racionalidad ilimitada es la conocida como 'Sexual Economics Theory' (SET). La SET presenta una visión unidimensional de las relaciones personales entre hombres y mujeres reducida exclusivamente a una racionalidad mercantil, partiendo de supuestos basados en la biología evolucionista, que asigna roles dife-

renciados a hombres y mujeres por el hecho de serlo (Baumeister & Vohs, 2004). En esta teoría, las leyes de la oferta y demanda operan en el ámbito de las relaciones sociales como lo hacen en la economía. En el mercado sexual que propone la SET, donde hombres y mujeres son heterosexuales, la oferta es representada por las mujeres que poseen el recurso del sexo y los hombres representan la demanda, son los consumidores que buscan satisfacer sus necesidades con este recurso. El intercambio surge porque existe asimetría en las preferencias de hombres y mujeres (Baumeister & Vohs, 2004) y también, en consecuencia, existe asimetría en los costes y beneficios percibidos por hombres y mujeres respecto a las relaciones romántico-sexuales (Sedikides *et al.,* 1994). Según esta teoría, los hombres presentan una clara preferencia por las relaciones sexuales, pero las mujeres se caracterizan por tener menos interés sexual, de manera que no es posible intercambiar sexo por sexo. Debido a esto los hombres, se ven obligados a ofrecer otro tipo de recursos para el intercambio. La sexualidad de las mujeres es valiosa desde este punto de vista, mientras que la de los hombres carece de valor de cambio y, aunque en las relaciones sexuales parezca que están haciendo cosas similares, socialmente no sería así. La virginidad, la reputación virtuosa, la fidelidad y la castidad son factores individuales que influyen en el precio de la sexualidad de las mujeres, pero en el caso de la sexualidad masculina no aportan ningún valor.

Pese a que el principal factor que explica las relaciones sexuales como una relación de intercambio económico es el menor interés de las mujeres por el sexo, Baumeister y Vohs (2004) exploran también otras explicaciones que carecen absolutamente de perspectiva de género, de crítica social a la estructura patriarcal y, en definitiva, de sustento en la realidad. Así, barajan factores como el coste que representa para las mujeres el riesgo de quedarse embarazadas o los distintos roles que, supuestamente, asumían hombres y mujeres en las sociedades cazadoras-recolectoras y de agricultura de subsistencia. El mayor desarrollo de la actividad pública y retribuida en el caso de los hombres, que les confería mayor poder y riqueza, dejaba en desventaja a las mujeres, que comenzarían a proveer sexo para obtener recursos materiales y sociales. Las mujeres estarán, por tanto, dispuestas a intercambiar sexo por otros recursos considerados equivalentes, como regalos materiales, consideración, respeto, y compromiso. Sedikides, *et. al* (1994) señalan que las mujeres ponderan como mayores beneficios de las relaciones románticas con hombres la intimidad, el crecimiento personal, el autoconocimiento y la autoestima, mientras que los hombres, según esta teoría, consideran que la principal ventaja es la gratificación sexual; y respecto a los costes, mientras que las mujeres consideran que los mayores costes son la pérdida de identidad y de la inocencia respecto a las relaciones y al amor, los hombres conceden a las pérdidas moneta-

rias un peso significativamente mayor que las mujeres, implicaciones que tienen efectos determinantes para el intercambio, según estos autores.

El precio del recurso 'sexo' dependería, entonces, de factores individuales así como del marco cultural y social en el que se encuentren las mujeres. El precio de intercambio sería mayor en el caso de que las mujeres posean atributos físicos como la belleza y la juventud o si utilizan recursos que consigan crear la imagen de que el sexo con ellas será placentero. También si poseen un alto estatus social, o si han estudiado y/o trabajan, en la medida en que les permite tener una fuente de ingresos alternativa a la que puede brindarles una pareja. El precio sería más bajo cuando se de la situación inversa: mujeres poco atractivas o sin ingresos alternativos.

En consecuencia, no se entiende la sexualidad como una cuestión privada, sino que forma parte del sistema económico, y existe una influencia mutua de la cultura local y los individuos. Por esa razón, el precio del intercambio se convierte en una negociación de dos personas pero siguiendo un patrón de lo que han negociado parejas similares en la comunidad, lo que permite cierta estabilidad del precio. Como pasa en cualquier mercado competitivo, cuando un oferente eleva demasiado el precio (por ejemplo, si una mujer pide un anillo de compromiso para tener relaciones sexuales), los consumidores pueden buscar otros vendedores que ofrezcan un precio más bajo. Según la SET, los hombres se ven beneficiados cuando el precio del sexo es más bajo, por lo que tenderán a apoyar iniciativas como las relaciones abiertas o el amor libre, que atraen menos a las mujeres pues ellas se benefician cuando el precio es más elevado. En su análisis económico del sexo desde una perspectiva de intercambio, este bien tiene sustitutivos inferiores a los que se puede recurrir si no es posible consumir en el mercado de las relaciones sexuales. La prostitución y la pornografía son estos bienes inferiores en la teoría de la economía sexual. En el caso de la prostitución, el precio del sexo baja al no ser exclusivo.

En el juego de oferta y demanda hay otros elementos culturales y sociales que afectan específicamente a la oferta, elevando su precio. Elevarán el precio del sexo si la oferta de este se reduce en sociedades en donde se fomenta el recato (exclusividad, reputación) y hay una gran opresión sobre las mujeres (menos derechos). Por el contrario, el precio en el mercado se reduce si la oferta de sexo aumenta, como sucede en las sociedades que promueven la libertad sexual y/o si las mujeres carecen de recursos económicos y status social (Baumeister and Vohs, 2004). La SET incorpora la situación socioeconómica en las decisiones de intercambio de las mujeres, afirmando que ante la falta de dinero ellas estarían dispuestas a convertirse en amantes, mujeres mantenidas y prostitutas o mantener relaciones sexua-

les con el objetivo de reterner a un hombre generoso con regalos e invitaciones a cenar. En referencia a ello, no se debe pensar que si las mujeres permanecen en la pobreza y desesperadas el precio del sexo será menor, pues puede ocurrir lo contrario. Si ello se generaliza y no hay más alternativas para sostenerse, las mujeres en comunidad tratarán de elevar el precio del sexo.

La SET emplea también la analogía del oligopolio (Rudman, 2017, p. 299), en el sentido de que las mujeres pueden acordar entre ellas reducir la oferta de sexo (formar un cártel) fomentando un comportamiento más recatado y de esa forma aumentar su precio. Con ello, se contribuye a alimentar el estereotipo de la mujer manipuladora que calcula su beneficio y, en función del mismo, sola o en conjunto, desarrolla comportamientos estratégicos para afianzar su posición en detrimento de la de los hombres. Como veremos más adelante, este estereotipo es uno de los que adopta el discurso misógino de los *incel*, basado, por tanto, en una teoría que es hostil con las mujeres y con las relaciones homosexuales (Rudman 2017) y que, además, ya está ampliamente superada. Como mucho, sus postulados se cumplen solo a veces y solo débilmente (Whyte, Brooks & Torgler, 2019) y, cuando es así, se debe a la estructura patriarcal y a los roles de género que esta impone, pero no a condiciones naturales ni biológicas propias de mujeres y hombres por el hecho de serlo.

Entre las formulaciones del funcionamiento del mercado del sexo, la Teoría de la Economía Sexual define a las violaciones como análogas al robo. Cuando hay carencia material en una sociedad se recurre al robo, lo que está penalizado por la ley que protege la propiedad privada. En este caso, la violación es el robo de un recurso que tiene un precio, es decir, de lo que en economía se llama un bien privado, susceptible de excluir de su consumo a quienes no pagan su precio. La SET concibe, por tanto, este delito contra la integridad física y la vida de las mujeres como si fuera algo connatural y en cierto modo inevitable a las sociedades humanas, y lo trivializa al asimilarlo a robos, es decir, a sustracciones de *cosas*. Como si la función sexual de una mujer tuviera una condición independiente y separada de la mujer misma y como si su función sexual fuera un objeto, y ella misma también, y, por lo tanto, forzarla fuese, sencillamente, un robo.

4. LA TEORÍA DE LA ECONOMÍA SEXUAL COMO FUNDAMENTO DEL DISCURSO *INCEL*

La SET, de matriz académica, ha sido ampliamente difundida en soportes divulgativos. Destaca como ejemplo el vídeo 'The economics of sex' (Austin Institute, 2014), en el portal digital Youtube, producido por el Instituto Austin, con cerca de

dos millones de visitas hasta el momento y traducido a varios idiomas. Este enfoque está en consonancia con la corriente económica dominante y con su tendencia a explicar la mayoría de los fenómenos sociales como formas de intercambios en los mercados de relaciones (Van Valkenburg, 2018). Su amplia difusión por Internet, junto con la misoginia de sus postulados, ha favorecido su adopción como parte del argumentario *incel* y soporte legitimador de su discurso. Sin embargo, la subcultura *incel* no solamente adopta estos planteamientos económicos caducos y misóginos sino que, además, los incorpora interpretándolos a su manera, para adaptarlos a su discurso. En este apartado expondremos en qué medida los postulados de la SET cuadran con la retórica *incel*.La interpretación de las relaciones sexuales y amorosas como un intercambio mercantil, basado en las relaciones asimétricas de mujeres y hombres está en la base de la ideología de los *incels*. Se aprecia esta relación ya en la propia denuncia de su exclusión social supuestamente motivada por carecer de atractivo físico, dinero o posición social, lo que les impide pagar el precio que exigen las mujeres por su sexualidad o amor. Y, como si de un mercado de productos se tratase, justifican e incitan a sus miembros al robo (violación) como acto de justicia ante la carencia de recursos necesarios para satisfacer sus necesidades.

El discurso *incel* señala también que la asimetría entre oferentes y demandantes que determina la desigualdad de acceso al sexo y a las relaciones se ve exacerbada por las nuevas tecnologías y las aplicaciones de citas, que revelan de modo indudable la verdadera naturaleza femenina. Gracias a estas nuevas tecnologías, las mujeres tienden con más claridad a la *hipergamia*, es decir, a elegir los mejores perfiles masculinos en cuanto a características físicas y económicas para emparejarse. De acuerdo con estos planteamientos, las desigualdades de acceso al sexo y a las relaciones románticas habrían aumentado, primero, por una posición aventajada por parte de las mujeres que tiene raíces sociobiológicas en consonancia con la ideología económica dominante; en segundo lugar, por el protagonismo de una serie de hombres especialmente deseados; y, en tercer lugar, por una inflación del valor social de mercado de las mujeres ('*Social Market Value*') en el ecosistema tecnológico (Preston *et al*., 2021).

El colectivo *incel* manifiesta su odio al feminismo como movimiento emancipador de las mujeres. En la actualidad, y como consecuencia de la liberación sexual propiciada por las conquistas del feminismo, afirman que en el mercado sexual y afectivo se cumple la regla 20/80: el 80% de las mujeres se emparejan solamente con el 20% de los hombres, dejándolos a ellos fuera del mercado. Hay que señalar primeramente que se trata de una formulación distorsionada de la Regla de Pareto

que, resumidamente, afirma que el 80% de los resultados se deben al 20% de las causas (p. ej., que el 80% de los nuevos clientes se deben al 20% de las campañas publicitarias, o que el 80% de las ventas se obtienen del 20% de la clientela, etc). En segundo lugar, conviene destacar de dónde extraen los *incels* la idea de aplicar esta regla al mercado sexual: precisamente, de la insinuación de los teóricos de la SET de que fue el Movimiento feminista el que alteró las reglas del intercambio sexual (Baumeister & Twenge, 2007, p. 174), porque el avance de la igualdad de género implica reducir la supresión de la sexualidad femenina (p. 185). Como resume Rudman, se habría producido un éxodo desde el intercambio sexual hacia la posibilidad de lograr poder y recursos por sí mismas (2017, p. 301):

> A medida que las mujeres ganaban más dinero, estatus, poder, oportunidades profesionales, etc., se hacía menos necesario utilizar el sexo a cambio de estos recursos. En pocas palabras, las mujeres obtuvieron otras formas de conseguir lo que querían, y así dejaron de usar el sexo como moneda de cambio.

Al considerar injusta esta mercantilización de las relaciones en la que ellos no obtienen "su cuota", y al atribuir la responsabilidad de su mala posición en ese mercado a una combinación entre la verdadera naturaleza femenina, las nuevas tecnologías y el feminismo, que ha otorgado una posición de poder a las mujeres, los *incels* se rebelan contra la "explotación" a la que son sometidos y reclaman un supuesto 'derecho al sexo'. Empleando términos económicos y apelando a los razonamientos de la SET, estos individuos exigen una restitución de un estatus perdido, en una reivindicación esencialista de justicia social que ha sido recogida en relevantes medios de comunicación, como en el caso de la publicación en el diario New York Times del artículo 'The redistribution of sex' (Douthat, 2018). En este contexto, y como solución a su "problema", a su falta de acceso al mercado, los *incels* plantean imponer la monogamia, lo que Demetriou (2022) denomina "Inferencia de Monogamia Forzosa", que no se basa en motivos religiosos ni morales, sino en garantizar su cuota en el mercado de las relaciones sexuales. Es decir, la comunidad *incel* propugna una vuelta atrás: recuperar el orden patriarcal tradicional en el que hay monogamia obligatoria basada en el sometimiento de las mujeres y en la división sexual del trabajo, es decir, en el no acceso de las mujeres a los trabajos retribuidos (salvo los de retribuciones de subsistencia), que las abocaba al matrimonio como único medio de vida. A través de la institución del matrimonio monógamo permanente y de la sumisión de las mujeres en el sistema patriarcal tradicional cada hombre tenía derecho a "su cuota matrimonial", a una mujer que no podía encontrar otras vías de supervivencia, salvo la vida monacal, o la asunción de condiciones de vida lamentables por daños reputacionales y estigmatización.

5. CRÍTICA DESDE LAS PERSPECTIVAS FEMINISTAS AL DISCURSO *INCEL* BASADO EN LA "TEORÍA DE LA ECONOMÍA SEXUAL"

La denuncia de los hombres excluidos sobre su "injusta" situación de desventaja respecto a los hombres que sí pueden acceder al mercado sexual y ejercer su "derecho al sexo" (hombres alfa) se sustenta en los planteamientos de la *SET.* Esta teoría económica lleva al límite la mercantilización del cuerpo de las mujeres, modelizando las relaciones sexuales y amorosas al "estilo" neoclásico. La mercantilización de las mujeres ha sido estudiada por diversas autoras feministas; por ejemplo, Luce Irigaray explica que el cuerpo de las mujeres es percibido como una mercancía que tiene un valor de uso por su función reproductora y un valor de cambio (social) al cubrir las necesidades y deseos de los hombres (2009). Mackinnon (2016) sostiene que las mujeres son definidas como objetos sexuales como proyección de las necesidades sexuales de los hombres. Las mujeres significan feminidad que se asocia con atractivo sexual, es decir, estar disponibles sexualmente desde la mirada masculina. Lo que excita a los hombres es lo que define a las mujeres (las niñas buenas son atractivas y las malas son provocativas). Las mujeres llegan a identificarse como seres sexuales, imagen masculina de su sexualidad (Mackinnon, 2016).

Benería (1981) también nos habla de otra de las características de las mercancías: que son susceptibles de convertirse en propiedad privada. Esta institución capitalista lleva a la necesidad de identificar a los herederos, y ello al control de la sexualidad de la mujer con el fin de asegurar sus actividades reproductoras. La autora cita a Engels y su obra "El origen de la familia, la propiedad privada y el estado", en que planteaba que la mayoría de las sociedades implantaron sistemas de control de reproducción biológica con el fin de controlar la reproducción social. La idea que subyace en la *Sexual Economics Theory* es la de que las mujeres como bienes que se intercambian en el mercado constituyen mercancías. Y ello pese a que "disfrazan" (fetichizan) esta visión modelizándolas como capitalistas del sexo y productoras de bienes que satisfacen necesidades. En el mercado del sexo, aducen, hay libre competencia, y el precio del sexo se ve afectado por la cantidad de bienes ofrecidos, existiendo determinados factores que desplazarían la curva de oferta y de demanda. Las mujeres serían, pues, libres para comercializar su sexualidad que, al ser un bien escaso dado su menor interés en el sexo, posee un valor de cambio. Sin embargo, el mercado sexual tal como lo concibe la SET, cuyas transacciones se catalogan como mutuamente beneficiosas, es, en realidad, un escenario claramente perjudicial para las mujeres que se ven obligadas al intercambio sexual a cambio de la provisión económica (Rudman, 2017; p. 300). Como señaló Carole

Pateman (1988), existe en todas las sociedades patriarcales un pacto fundacional previo al contrato social: el contrato sexual, que es un pacto no pacífico entre hombres heterosexuales para distribuirse el acceso al cuerpo femenino fértil. Afirmar que las mujeres son quienes escogen pareja y tienen una posición privilegiada en tal mercado sexual o desconocer que la existencia de agresiones sexuales reprime la agencia y, no solo la sexual, de las mujeres son algunos de los "mitos" de la Teoría de la Economía Sexual que pone de manifiesto Rudman (2017; p. 301).

La forma de entender las relaciones sexuales y amorosas de los *incels* incorpora todos estos elementos que convierten a las mujeres en mercancías, llevándolos al extremo de considerar un derecho legítimo el acceso a sus cuerpos y justificando los actos de violencia hacia las mujeres como reivindicación de su "derecho al sexo". Los *incels* expresan su odio contra las mujeres en internet mediante ataques que, como es habitual en otros tipos de acoso virtual machista, buscan amedrentarlas, desacreditarlas y menoscabar su reputación "atacando su condición de objeto sexualizado (su belleza) y proscribiendo la promiscuidad femenina en cumplimiento del mandato de pureza." (Tajahuerce, Franco y Juárez, 2018; p. 1855). Como señalan Bratich y Banet-Weiser (2019): "sus acciones se sitúan en un continuo de respuestas violentas reactivas al rechazo de las mujeres a los roles de reproducción social y tienen como objetivo defender y restaurar el orden patriarcal." (p. 5003). La función de las mujeres en la reproducción de la fuerza de trabajo está íntimamente vinculada a la división sexual del trabajo y a la desigual posición de las mujeres en el mercado de trabajo retribuido, y en esa función radican las diferentes formas de subordinación de las mujeres (Benería, 1981, p. 47). Esta es una de las razones por las que desde las corrientes de la economía feminista se realizan estudios sobre el uso del tiempo, que ponen de manifiesto la invisibilización del trabajo en el ámbito doméstico, en los cuidados y en la generación de bienes y servicios (Bordón, 2021).

Integrando las esferas de la producción y la reproducción, Illouz y Kaplan (2020) desarrollan el concepto de "capital sexual", que surgiría en las actuales sociedades globales altamente desarrolladas "cuando la esfera de producción económica y el empleo se entrelazaron cada vez más con la esfera de la reproducción social (el sexo, la sexualidad, las familias, las relaciones íntimas)" (p. 13). Las autoras desarrollan este concepto de "capital erótico" o "capital sexual", a la luz del cual examinan las sexualidades como nueva forma de desigualdad en el contexto del capitalismo neoliberal. Definen el capital sexual tardomoderno como la capacidad que tienen algunas personas de aumentar el valor personal y obtener beneficios económicos de sus propias capacidades sexuales. (p. 58). El capital sexual es "la

capacidad de obtener autoestima de nuestras elecciones y experiencias sexuales" para enfrentar las inseguridades que nos impone el capitalismo neoliberal. Proponen una economía política radical del sexo, definido como un asunto no privado, que se capitaliza y se utiliza para el bien personal, para adquirir autorrealización, empoderamiento y creatividad, los mismos ideales que el capitalismo contemporáneo, y los pilares de la vida laboral. Esta teoría conecta con las ideas feministas que ponen en valor que la esfera de la reproducción y la sostenibilidad de la vida por medio de los cuidados son el sustento imprescindible del sistema capitalista y de la creación de capital, porque, como semana Carrasco Bengoa (2014, 43), "Un sistema incapaz de reproducir sus condiciones de producción es inviable y está condenado a desaparecer".

De manera común al resto de tribus de la manosfera, el discurso *incel* está ideológicamente vinculado con el fascismo, el supremacismo blanco y la *alt-right* (Kelly & Aunspach, 2020). Además, la similitud se aprecia muy claramente en el discurso anacrónico y en el lenguaje despectivo empleado tanto por la ultraderecha, preocupada por la virilidad masculina, la homosocialidad, la monogamia y los roles de género, como en las descripciones usadas en los foros *incel* de las mujeres pero también de colectivos minoritarios. La radicalización de su discurso de odio no se detiene en el ámbito *online,* sino que, como se ha señalado, en ocasiones les lleva a perpetrar feminicidios. Estos actos de terrorismo machista son jaleados por la comunidad *incel* en las redes, dejando patentes su misoginia y su concepción mercantil del cuerpo de las mujeres. En su estudio sobre los feminicidios en Ciudad Juárez, Monárrez Fragoso (2006) vincula el asesinato de mujeres y niñas y la forma de tirar sus cuerpos en el desierto por parte de sus asesinos a la concepción de sus cuerpos como bienes de consumo, cuyo valor está asociado a su potencial (re)productivo y a su carácter de objetos de deseo consumible, es decir, como mercancías que tienen un valor de uso y un valor de cambio (p. 438).

La violencia *incel* es intrínsecamente política, como ponen de manifiesto sus fundamentos antifeministas y supremacistas. Sin embargo, y aunque se lleva escribiendo sobre terrorismo misógino desde los años 1970, no es habitual que a la violencia machista y a la misoginia se las catalogue como terrorismo, porque no se consideran políticos los conflictos de género ni la violencia machista (Gentry, 2022; p. 209). Como ya hemos mencionado, la "elevación a los altares" de Elliot Rodger por su inmolación por la causa *incel,* y las motivaciones políticas del colectivo, como queda patente en el razonamiento de Marc Lépine tras la masacre de la École Polytechnique, deberían ser evidencias suficientes para catalogar a los *incels* como una forma de organización terrorista. Como señala Gentry (2022, p. 220),

es urgente tomarse en serio la misoginia de la extrema derecha y sus importantes conexiones con los *incels*.

Es fundamental destacar que el colectivo *incel* es un producto más de la última crisis del capitalismo neoliberal. Los hombres blancos han visto frustrarse en la vida cotidiana las promesas de éxito y autoestima, que son valores centrales del individualismo neoliberal, debido a la precarización laboral, la austeridad, la falta de redes de atención que sirvan de escudo social frente a la gran crisis financiera de 2008 (Bratich y Banet-Weiser, 2019). Ello ha profundizado la fragilidad psicológica de quien se siente, en consecuencia, fracasado y excluido. Sin embargo, en lugar de hacer este diagnóstico, los *incels* culpabilizan a las mujeres de su situación, enlazando con el discurso antifeminista de la ultraderecha que les permite canalizar esa frustración y construir una enemiga común que los aglutina y los hace sentir parte de una comunidad. Como señalan Bratich y Banet-Weiser (2019):

> De nuevo, no cabe duda de que este periodo marca un aumento devastador de la violencia contra las mujeres, los inmigrantes, la gente de color y los refugiados. Hemos sido testigos de innumerables ataques a los derechos civiles, políticas, leyes y otros mecanismos que han servido para garantizar (aunque de forma inadecuada) los derechos humanos básicos; estos ataques han sido alimentados por la elección de jefes de Estado que respaldan estas ideologías (desde Orbán hasta Trump y Bolsonaro) y por una ideología de extrema derecha envalentonada que cuenta con la misoginia, el racismo y el nacionalismo blanco en su núcleo. (p. 5006).

La narrativa de la subcultura *incel* cuadra también con el discurso de la cancelación del futuro, muy presente en la mentalidad de las personas jóvenes desde la generación *millenial* en adelante (Price & Pratten, 2021). Hace referencia, principalmente, a los efectos del cambio climático, pero, en general, a una visión profundamente pesimista (colapsista) sobre el futuro, que impregna el discurso *incel* y enlaza con su pesimismo vital, su frustración y su rabia que canalizan en forma de una violencia extrema contra las mujeres.

6. CONCLUSIONES

Como se ha podido ver a lo largo de este capítulo, el movimiento *incel* es producto de las consecuencias socioeconómicas del capitalismo neoliberal. La precariedad y la frustración de este grupo de hombres, propiciado por una situación de vulnerabilidad psicológica, es canalizada a través de las redes sociales en forma de odio hacia las mujeres y hacia el movimiento feminista, a quienes culpan de su condición de célibes. La comunidad *incel*, en vez de encontrar las causas de su

precariedad social en las contradicciones del sistema capitalista y en el fracaso del neoliberalismo, culpa de sus miserias a las mujeres.

Su discurso es un constructo mental de esta comunidad de hombres que se sienten excluidos para autojustificar su insatisfacción. Para ello, arman una teoría que poco tiene que ver con la realidad, y sobre ella construyen su victimización, sus planteamientos reaccionarios y su violencia. Como indicamos anteriormente, los estudios sugieren que la mayoría de los *incels* presentan problemas de salud mental (Moskalenko *et al*., 2022; Stijeja, 2021; Turner, 2018) y, con más frecuencia que la población general, personalidades psicopáticas (Painter (2019).

Discrepamos de quienes proponen distinguir entre "*incels* misóginos" e *incels* (Moskalenko, *et al.*, 2022; Kelly, DiBranco & DeCook, 2021). A nuestro juicio, suscribir el discurso *incel* implica misoginia *per se*. Para empezar, por la propia segregación sexual de partida con la que se constituyen: si bien se trata un colectivo que presenta cierta diversidad demográfica, racial y religiosa (Stijelja, 2021), desde luego no es nada diverso respecto al género: los *incels* son solamente de hombres y mayoritariamente heterosexuales. Por otra parte, una cuestión distinta es no tener pareja porque no se encuentra o porque se opta voluntariamente por el celibato; pero reconocerse como *incel*, identificarse con su discurso, con sus planteamientos, con sus lazos comunitarios, etc., implica una visión de la sociedad y de las relaciones humanas que es patriarcal y misógina en sí misma.

Esta visión se fundamenta en gran medida en los argumentos de la SET, la Teoría de la Economía Sexual, y su análisis neoclásico de los mercados de las relaciones sexuales. En esta teoría, que concibe las relaciones de género de un modo profundamente binarista, mujeres y hombres desempeñan los roles tradicionales de género propios de una sociedad donde impera y se naturaliza la división sexual del trabajo. La SET da sustento teórico a la misoginia del movimiento incel y a sus vínculos con la extrema derecha, cuyo discurso populista anacrónico y vacío de propuestas ha canalizado el descontento social de varios colectivos. Una de las manifestaciones más claras de este vínculo se pone de manifiesto en la pretensión de volver al pasado propugnando la monogamia como solución a la falta de relaciones sexuales y amorosas.

Es urgente destacar los riesgos de la difusión y expansión del discurso de estas comunidades de la manosfera, y entre ellas la de los *incels*, para la lucha feminista contra el patriarcado. Todas estas corrientes de la manosfera contribuyen a alimentar el retroceso de las conquistas sociales del feminismo en las últimas décadas y, como señala Gentry (2022), "Preguntar por qué deberíamos preocuparnos por la

misoginia es bastante desconcertante y simplemente revela una predisposición inmediata a tomar menos en serio a las mujeres y los daños del patriarcado y la misoginia." (p. 220). Además, los solapamientos de estos discursos antifeministas con el de la extrema derecha, y la evidencia de que los foros de la manosfera sirven en muchas ocasiones como puerta de entrada a los foros de la extrema derecha en internet (Mamié, Horta Ribeiro & West, 2021), ponen de manifiesto el peligro que suponen para la propia democracia.

7. FINANCIACIÓN

Esta investigación se realiza en el marco del Grupo Interdisciplinar de Investigaciones Feministas de la Universidad Complutense de Madrid (https://www.ucm.es/grupos/grupo/671).

8. BIBLIOGRAFÍA

Austin Institute (2014) The Economics of Sex [video]. Retrieved from http://www.youtube.com/watch? v¼cO1ifNaNABY

Baumeister, R.F. & Twenge, J.M. (2002). Cultural Suppression of Female Sexuality. *Review of General Psychology* 6(2), 166-203.

Baumeister, R. F., & Vohs, K. D. (2004). Sexual Economics: Sex as Female Resource for Social Exchange in Heterosexual Interactions. *Personality and Social Psychology Review*, 8(4), 339–363.

Benería, L. (1981). Reproducción, producción y división sexual del trabajo. *Mientras tanto* (6), pp. 47-84. Recuperado a partir de: https://revistaeconomiacritica.org/index.php/rec/article/view/245

Bernárdez-Rodal, A., Requeijo-Rey, P. & Franco, Y.G. (2022). Radical right parties and anti-feminist speech on Instagram: Vox and the 2019 Spanish general election. *Party Politics*. October 2020.

Boonin, D. (2022). *The Palgrave Handbook of Sexual Ethics*. Springer International Publishing, 547 pages.

Bordón, M. (2021). Hogares liderados por mujeres y por hombres: el uso del tiempo y las desigualdades. *Economía y Sociedad*, 26(59), 1-17. https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/15395

Bratich, J. & Banet-Weiser, S. (2019). From pick-up artists to incels: con('dence) games, networked misogyny, and the failure of neoliberalism. International Journal of Communication, 13, 5003-5027.

Bridges, T. & Pascoe, C. J. (2014). Hybrid Masculinities: New Directions in the Sociology of Men and Masculinities. Sociology Compass 8(3), 246-258.

Carrasco Bengoa, C. (2014). La economía feminista: ruptura teórica y propuesta política. En: Carrasco Bengoa, C. (Ed.). *Con voz propia. La economía feminista como apuesta teórica y política*. Madrid. La oveja roja, pp. 25-47.

Casciani, D. & De Simone, D. (August 13 2021). Incels: a new terror threat to the UK? *BBC*. https://www.bbc.com/news/uk-58207064

Clarke, C. & Turner, L. (2020). The 'incel' ideology continues to build a strong following in the online 'manosphere'. *Global Network on Extremism & Technology*. https://gnet-research.org/2020/04/22/the-incel-ideology-continues-to-build-a-strong-following-in-the-online-manosphere/

Connell R.W, Messerschmidt J.W. Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society*, 19(6):829-859.

Cottee, S. (April 20 2018). Sex and shame: what incels and jihadists have in common. *The New York Times.* https://www.nytimes.com/2018/04/30/opinion/sex-shame-incels-jihadists-minassian.html

Demetriou, D. (2021). Virgin vs. Chad: On Enforced Monogamy as a Solution to the Incel Problem. En D. Boonin (ed.), *The Palgrave Handbook of Sexual Ethics*. Pp. 155-175.

Dickel, V. & Evolvi, G. (2022) "Victims of feminism": exploring networked misogyny and #MeToo in the manosphere, Feminist Media Studies, DOI: 10.1080/14680777.2022.2029925.

Directorate General of Migration and Home Affairs (2021). Incels: a first scan of the phenomenon (in the EU) and its relevance and challenges for P/CVE. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Douthat, R. (May 2 2018) The redistribution of sex. *The New York Times*. https://www.nytimes.com/2018/05/02/opinion/incels-sex-robots-redistribution.html

Fetterolf, J. C., & Rudman, L.A. (2017). Exposure to sexual economics theory promotes a hostile view of heterosexual relationships. *Psychology of Women Quarterly*, 41(1), 77–88. https://doi.org/10.1177/0361684316669697.

Franco, Y.G.; Bordón-Ojeda, M. y García-Alonso, C. (2022). El morado es el nuevo rosa. El feminismo como mercancía y como estrategia de marketing en los anuncios publicitarios. *Investigaciones Feministas.* 13 (1), 389-400.

Franco, Y.G. y Requeijo, P. (2021). Agenda Europa y estrategias antigénero en el discurso de Vox en Instagram. En Bernárdez-Rodal, A. y Padilla-Castillo, G. (Eds.) *Deshaciendo nudos en el Social Media: Redes, feminismos y políticas de la identidad.* Tirant, pp. 177-208.

Gentry, C.E. (2022) Misogynistic terrorism: it has always been here. *Critical Studies on Terrorism*, 15(1), 209-224.

Ging, D. (2017). Alphas, Betas, and Incels: Theorizing the Masculinities of the Manosphere. *Men and Masculinities*, 22(4), 638–657.

Ging, D. (2019). Bros v. Hos: Postfeminism, Anti-feminism and the Toxic Turn in Digital Gender Politics. En: Debbie Ging, Eugenia Siapera, eds. (2019). *Gender Hate Online. Understanding the New Anti-Feminism.* Palgrave - MacMillan Cham. Pp.45-67.

Glace, A. M., Dover, T. L., & Zatkin, J. G. (2021). Taking the black pill: An empirical analysis of the "Incel". *Psychology of Men & Masculinities,* 22(2), 288–297.

Goldman, R., Heath, D., & Smith, S. L. (1991). Commodity feminism. *Critical Studies in Mass Communication,* 8(3), 333-351.

Horta Ribeiro, M., Jhaver, S., Zannettou, S., Blackburn, J, Stringhini, G., De Cristofaro, E. & West, R. (2021). DoPlatform Migrations Compromise Content Moderation? Evidence from r/The_Donald and r/Incels. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction.* Vol. 5. Issue CSCW2October 2021 Article No.: 316, pp 1–24.

Illouz, E. y Kaplan, D. (2020). El capital sexual en la modernidad tardía. Barcelona: Herder.

Jeffreys, S. (2014). *Beauty and misogyny: Harmful cultural practices in the West*. Routledge.

Irigaray, L. (2009). *Ese sexo que no es uno*. Ediciones Akal.

Kelly, C.R., & Aunspach, C. (2020). Incels, Compulsory Sexuality, and Fascist Masculinity. *Feminist Formations* 32(3), 145-172.

Kelly, M.; DiBranco, A. & DeCook, J.R. (2021). Misogynist Incels and Male Supremacism Overview and Recommendations for Addressing the Threat of Male Supremacist Violence. *NewAmerica.org - Reports*.

MacKinnon, C. (2016). Feminismo, Marxismo, Método e o Estado: uma agenda para Teoria. *Revista Direito e Práxis*, *7*(15), 798-838. https://www.redalyc.org/pdf/3509/350947688026.pdf

Mamié, R., Horta Ribeiro, M. & West, R. (2021). Are Anti-Feminist Communities Gateways to the Far Right? Evidence from Reddit and YouTube. Recuperado de: https://dlab.epfl.ch/people/west/pub/Mamie-HortaRibeiro-West_WebSci-21.pdf

Messner, M. (2016). Forks in the road of men's gender politics: men's rights vs. feminist allies. *International journal for crime justice and social democracy*, 5(2), 6-20.

Monárrez Fragoso, J.E. (2006). Las víctimas del feminicidio juarense: mercancías sexualmente fetichizadas. Fermentum. *Revista Venezolana de Sociología y Antropología,* 16(46), 429-445. Consultado 14 de abril de 2022 https://www.redalyc.org/pdf/705/70504609.pdf

Moskalenko, S., González, J. F.-G., Kates, N., & Morton, J. (2022). Incel Ideology, Radicalization and Mental Health: A Survey Study. *The Journal of Intelligence, Conflict, and Warfare*, 4(3), 1–29.

Norris P. & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit and autoritharian populism*. Cambridge University Press.

Painter, A. (2019). Incel Violence: Misogynists are a Special Kind of Stupid. En: https://www.researchgate.net/publication/344433737_Incel_Violence_Misogynists_are_a_Special_Kind_of_Stupid

Pateman, C. (1988). *The sexual contract.* Stanford University Press.

Preston, K., Halpin, M. & Maguire, F. (2021). The Black Pill: New Technology and the Male Supremacy of Involuntarily Celibate Men. *Men and Masculinities*. 24(5), 823-841.

Price, H. & Pratten, E. (2021). Lay Down And Rot: Incels and Lost Futures. En: https://www.alluvium-journal.org/2021/06/04/lay-down-and-rot-incels-and-lost-futures/

Rudman, L.A. (2017). Myths of Sexual Economics Theory: Implications for Gender Equality. *Psychology of Women Quarterly*, 41(3), 299-313.

Sedikides, C.; Oliver, M.B.; & Campbell, W.K. (1994). Perceived benefits and costs of romantic relationships for women and men: Implications for exchange theory. *Personal Relationships* 1(1), 5-21.

Stijelja, S. (2021). The Psychosocial Profile of Involuntary Celibates (Incels): A Review of Empirical Evidence. Preprint.

Tajahuerce-Ángel, I.; Franco, Y.G. y Juárez Rodríguez, J. (2018). 'Ciberbullying' y género: nuevos referentes en la ocupación de los espacios virtuales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico.* 24 (2). Pp. 1845-1859.

Turner, J. (April 28 2018) Self hating 'incel' men are the new jihadists. *The Sunday Times*. https://www.thetimes.co.uk/article/self-hating-incel-men-are-the-new-jihadis-5rz37h9s9

Van Valkenburgh, S.P. (2021) Digesting the Red Pill: Masculinity and Neoliberalism in the Manosphere. *Men and Masculinities*, 24(1): 84-103.

Whyte, S.; Brooks, R.C. & Torgler, B. (2019). Sexual economic theory & the human mating market. *Applied Economics,* 51(57), 6100-6112.

Witt, T. (2020). 'If i cannot have it, i will do everything i can to destroy it.' the canonization of Elliot Rodger: 'Incel' masculinities, secular sainthood, and justifications of ideological violence, *Social Identities*, 26:5, 675-689.

Capítulo 8

Los *incels*: un fenómeno misógino de la subcultura virtual que rearticula el discurso sobre la violencia sexual contra las mujeres

Tania Brandariz Portela
Universidad Antonio de Nebrija
tbrandariz@nebrija.es

Roxana Popelka Sosa Sánchez
Universidad Complutense de Madrid
rpsosa@ccinf.ucm.es

1. INTRODUCCIÓN

La historia nos muestra que a las olas feministas les sigue una contestación, un movimiento reaccionario que surge como resultado de la apertura de las libertades de las mujeres. El feminismo radical conceptualiza, en los años 70, la violencia machista, definiéndola como el resultado de la jerarquización sexual que subordina a las mujeres. Las feministas teorizan la cultura de la violación y los delitos contra la libertad sexual señalando al sistema patriarcal. La política se define en clave estructural: como fruto de las relaciones de poder que oprimen a las mujeres (Millett, 1995).

En los años 80, con el Gobierno de Reagan, se produce una reacción contra los avances feministas de la década anterior en materia de igualdad, que se traduce en una crisis de la masculinidad que impulsa a los varones a reafirmar sus privilegios (Faludi, 1992). Es así como algunos hombres se suman a la tercera ola feminista, surgiendo la *Men's Liberation* ('Movimiento de liberación de los hombres'), que apuesta por la necesidad de que los varones formen parte del feminismo para poner fin a la desigualdad por razón de sexo. Pero a finales de la década emerge también, como reacción patriarcal, el activismo de los *Men's Rights* ('Derechos de los hombres') que entiende que los varones son las verdaderas víctimas de la desigualdad de género (Messner, 1998).

Históricamente, las mujeres se han definido como un 'ser para otros' (Beauvoir, 2017). Por un lado, como esposas, ligado a la imagen de 'mujer privada'. Por otra parte, como prostitutas, reservadas para todos los varones: las 'mujeres públicas'

(Pateman, 2019). La libertad de las mujeres, el 'ser para sí mismas', siempre se ha visto determinada por la desigualdad; la socialización que otorga papeles diferenciados a mujeres y hombres. De esta forma, a las mujeres se nos ha relacionado con la naturaleza, las emociones y la irracionalidad, mientras que a los varones con la cultura, el poder y el ejercicio de la razón. Nuestro capítulo en esta obra nace de la preocupación por un movimiento reaccionario y violento, que surge como respuesta a la cuarta ola feminista, articulándose en grupos cerrados de la manosfera: los autodenominados *incels* (célibes involuntarios). Este movimiento puede enmarcarse, en general, en el consenso entre hombres conservadores que entienden que las políticas de igualdad son agresiones contra sus derechos y privilegios (Bernárdez, Requeijo y Franco, 2022).

Moreno (2019) define a los *incels* como hombres que por su apariencia física no son capaces de encontrar una pareja; entienden que el atractivo sexual determina la aceptación de los individuos. Los *incels* señalan su exclusión social, y culpan a la sociedad en general, y a las mujeres en particular, del rechazo que sufren (Moreno, 2019, p. 92). Estos grupos se articulan en las subculturas de Internet, lo que denominamos como manosfera, y guardan estrechas relaciones con partidos políticos de la derecha radical. El marco de referencia 'derecho natural', es decir, la asociación de la desigualdad social y sexual con la 'naturaleza', será una constante para enmarcar las problemáticas de género en partidos como Vox en España (Franco y Requeijo, 2021).

2. LOS *INCELS*: BIOLOGICISMO Y MISOGINIA

Los *incels* surgen como respuesta a la presencia del feminismo en el debate público; a la conceptualización de la violencia y la apertura de las libertades de las mujeres. Este grupo de la manosfera entiende que las mujeres no deben ser ciudadanas de pleno derecho porque no están hechas para el ejercicio de la razón; señalan que son inferiores por naturaleza y «necesitan ser reducidas a su lugar en los órdenes sexuales y sociales» (Bratich & Banet-Weiser, 2019, p. 5016). En España, las conquistas de los años 80 que permiten el acceso de las mujeres al mercado laboral y el derecho a la ciudadanía, instauran la idea de 'igualdad de género'. Sin embargo, los avances en el plano de la igualdad formal coinciden con el auge del neoliberalismo, que afianza la cuestión de libre elección de las mujeres como sinónimo de libertad (De Miguel, 2015). Esta conceptualización obvia las desigualdades que se generan sobre el sexo, la clase social y/o la raza, motivos que limitan, y también motivan, nuestras decisiones. Se genera así la idea de un sujeto todopoderoso con

plena autonomía, y el patriarcado neoliberal propicia, a la vez, una profunda hipersexualización de las mujeres y niñas.

En los años 90, se afianza Internet como medio de comunicación y, más tarde, de interacción social, permitiendo la creación de nuevas identidades. La red se configura como un espacio para la articulación del 'Nosotras' con potencial para la conceptualización de la opresión y, por lo tanto, de transformación social. El ciberfeminismo se convierte en una estrategia política que permite la difusión de los discursos feministas, desligados de las instituciones públicas y las universidades (Bernárdez, 2015). Es así como Internet rompe barreras en la distancia para comunicarnos, democratizando la información. No obstante, la red trae asociado el anonimato, que favorece la expresión del discurso de odio, provocando dos consecuencias: la legitimación de la misoginia y la limitación de la participación de las mujeres.

Los *incels* actúan en la subcultura de la manosfera, que son el conjunto de comunidades misóginas de Internet. Además, se relacionan con otras culturas digitales como la *gamer* (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás Forte, 2022). Para los varones de estos espacios, el aspecto físico constituye un aspecto central en la justificación del rechazo que sufren por parte de las mujeres. Entienden que a las mujeres solo les gustan los 'Chads' (machos alfa), motivo por el que les rechazan: se autodefinen como inferiores genéticamente. Asimismo, los *incels* se organizan en foros y redes sociales, con especial hincapié en YouTube, Twitter y Facebook, además de páginas web propias (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás Forte, 2022).

Específicamente, actúan en espacios como Reddit o Forocoches, donde ponen en común fantasías sexuales violentas contra las mujeres (Jaki et al., 2019). Esto perpetúa la cultura de la violación, al reproducir y legitimar contradiscursos sobre la violencia sexual. Sin embargo, los *incels* también operan en redes sociales abiertas, una cuestión que plantea una traba en la participación de las mujeres en el debate público: «Si las mujeres no pueden trabajar, representarse a sí mismas o articular opiniones políticas sobre el género sin miedo al discurso de odio o al acoso, el panorama de la igualdad de género y la democracia, en general, es desolador» (Ging, 2019, p. 653).

Las comunidades *incel* generan creencias compartidas en las que las emociones tienen un papel fundamental: la manosfera crea formas afectivas de misoginia basadas en la rabia y la frustración (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás Forte, 2022). Por otro lado, se trata de un discurso que no se restringe a la red. Como hemos señalado, se encuentran fuertes lazos discursivos entre los *incels* y la derecha

radical. Esto tiene consecuencias sociopolíticas sobre la conceptualización feminista de la libertad sexual en la cuarta ola feminista: los *incels* están reformulando la violencia sexual (Byerly, 2020).

En una encuesta de ADL (*Anti-Defamation League*, 'Liga Antidifamación' en castellano) del año 2020, el 84% de los encuestados indicó que no había tenido en ningún momento una relación romántica; el 86,7% creía que el físico les impedía encontrar pareja, haciendo hincapié en el sobrepeso y la estatura baja. Por otro lado, el 82% de los encuestados tenía entre 18 y 30 años, y el porcentaje más grande se encontraba en la franja entre 18 y 21 años. Por lo tanto, este grupo de varones que reafirman sus privilegios en la manosfera son jóvenes. Por otra parte, según se señala en la encuesta de ADL (2020) la mayoría provienen de Europa (43%) y América del Norte (el 38%).

La ideología *incel* se construye sobre la deshumanización y cosificación de las mujeres, a las que se define sin capacidad para el ejercicio la razón, es decir: inferiores por naturaleza, irracionales y que desean que las dominen los 'machos alfa', definidos como 'Chads' (Ging, 2019). Los *incels* son una misógina reacción a la lucha feminista contra la violencia sexual que rearticula el 'derecho natural' de los varones de acceso al cuerpo de las mujeres. Bratich & Banet-Weiser (2019) entienden la misoginia en red como resultado del fracaso del sujeto neoliberal, que con la pérdida de confianza que debe autogestionar, siente que las mujeres le deben algo. En definitiva, se trata de una afirmación de los privilegios masculinos sobre los roles de género tradicionales, que los *incels* definen como una contestación contracultural (García Mingo, Díaz Fernández y Tomás Forte, 2022).

3. EL VOCABULARIO *INCEL*

Para la comprensión del análisis que realizamos en nuestro capítulo de libro, entendemos que es necesaria la definición de los conceptos clave del fenómeno *incel*. Al tratarse de un vocabulario específico y generacional, definimos los términos pertinentes para la asimilación del estudio. Los conceptos elegidos son resultado de una investigación en medios de comunicación tradicionales y en los artículos científicos citados en este capítulo.

- ***Incels***: Varones que se encuentran en la subcultura de la manosfera que manifiestan, en forma de discurso de odio hacia las mujeres, su incapacidad para mantener relaciones con ellas. A su juicio, les rechazan por su aspecto físico, que no se ajusta a los estereotipos canónicos.

- Chads: Definición arquetípica de un hombre atractivo físicamente, que será aquel —en la jerga *incel*— con el que las mujeres quieran relacionarse. Es el estereotipo opuesto a la autopercepción de los *incels*, que se consideran inferiores genéticamente.
- ***Mangina***: Combinación de 'Man' y 'vagina'. Se trata de un concepto empleado en la manosfera para referirse a los hombres que apoyan la lucha feminista. Los *incels* entienden que están subordinados a las mujeres.
- Stacys: Definición patriarcal del grupo *incel* de un estereotipo de 'mujer atractiva', a la que se relaciona con el deseo de obtener dinero de los varones, sexualmente activa o que busca engañar a los hombres.
- Aliade: Forma despectiva del grupo *incel* para referirse a los hombres aliados del movimiento feminista.
- Charocracia: Descripción misógina de la paridad en el poder político. Las 'charos' son las mujeres que ocupan cargos de poder, imponiendo 'privilegios' e ideologías 'charistas'.
- Ogremaxx: Concepto superlativo que emplean los *incels* para autodenominarse como poco atractivos físicamente. Está relacionado con el término 'ogro'.
- ***Simpboy***: Sinónimo de 'pagafantas'. Dicho de un hombre al que las mujeres ven siempre como un amigo.
- Célibes involuntarios: Se trata de un concepto sinónimo de *incel*, expresado en español. Son varones que no mantienen relaciones con las mujeres, a su juicio porque les rechazan por su aspecto físico.
- ***Blackpill***: Concepto empleado para definir una sociedad que 'oprime' a cierto perfil de hombres, casi siempre justificado por la cuestión genética. Entienden que las mujeres son malas por naturaleza, y los *incels* poco atractivos por naturaleza.
- ***Cuck***: Es un sinónimo del concepto despectivo 'cornudo', empleado para referirse a hombres que 'consienten' una infidelidad; que se encuentran 'subordinados' a las mujeres.
- ***Roasties***: Concepto misógino de la manosfera empleado para referirse a mujeres 'sexualmente activas'. Proviene de 'rosbif', y se emplea para establecer una relación entre la vulva y el trozo de carne.
- ***Volcel***: Autodenominación de los varones que no quieren mantener relaciones con mujeres por odio hacia ellas.

- ***Femoid***: Sinónimo de 'femoide'. Término misógino y despectivo empleado en la manosfera para referirse a las mujeres.

4. ANÁLISIS

Nuestro objetivo es realizar un estudio del fenómeno *incel* en las redes sociales abiertas. La intención es analizar al usuario que debate sobre el concepto *incel* y determinar los términos relacionados con el fenómeno. Buscamos concluir quién escribe sobre los *incels*, con qué tonalidad lo hacen o qué tipo de red social es la más utilizada para aportar contenidos sobre el tema. En definitiva, nos proponemos realizar una radiografía del perfil de usuario que habla sobre esta subcultura, así como del contenido que articulan, como una forma de aproximación a la manosfera. Nuestro objetivo es conceptualizar el fenómeno en España, fundamentalmente en redes sociales abiertas.Con esta intención, realizamos un análisis de los usuarios y de contenido combinando las herramientas TalkWalker, Audiense Insights y Answer the Public. Por un lado, hemos consultado el apartado *demografía* de Talkwalker para conocer el intervalo de edad de los usuarios que hablan sobre el concepto, así como su género. Por otra parte, hemos empleado la herramienta Audiense Insights, para determinar segmentos de conversación en torno a los conceptos clave del fenómeno *incel*. Por último, recurrimos a Answer the Public, para concretar las búsquedas de los usuarios en torno a esta subcultura.

La herramienta Audiense Insights nos permite determinar, en función de un filtro de palabras clave y/o cuentas, las características de los usuarios que hacen uso de ellas. Dicho de otra forma, nos muestra una radiografía del perfil de usuario. De esta forma, realizamos una búsqueda el día 7 de abril de 2022, atendiendo a una muestra de 220 usuarios. En la segmentación, hemos elegido la opción de agrupar a los individuos en función de la conexión que tienen entre sí, con la intención de extraer un resultado completo del estudio. Para la investigación, hemos filtrado, en España, las palabras frecuentes, en ocasiones en singular y plural, dentro de la comunidad incel: 'incel', 'Chad', 'mangina', 'stacys', 'aliade', 'charocracia', 'stacy', 'incels', 'awalt', 'ogremaxx', 'simpboy', 'célibes involuntarios', 'pagafantas', 'blackpill', 'cuck', 'roasties', 'volcel', 'píldora negra', 'normies', 'femoid', black pill' y 'zorras'.

Por otro lado, recurrimos a Talkwalker, que nos permite analizar varias redes sociales realizando búsquedas múltiples de palabras clave. Se ha utilizado esta aplicación estableciendo como fecha de análisis la semana del 22 al 28 de marzo de 2022, a través de la comparativa entre los conceptos *incel*, *Stacys* y *Chads*. Asimismo, para explicar el discurso de los *incels*, hemos aplicado los filtros que

ofrece esta herramienta: el origen, en este caso España, el idioma —español— y la fecha apuntada al inicio de este párrafo. En cuanto a los apartados que ofrece la aplicación, que sirven para interpretar el discurso, hemos optado por emplear los siguientes:

- ***Influencers***: En este espacio hallamos las cuentas con mayor potencial de difusión de contenido que hablan sobre el fenómeno *incel*. Es importante detectar quiénes son las personalidades con capacidad de impacto que articulan un relato sobre los *incels*, y cómo hablan sobre el tema.
- ***Sentimiento***: Este apartado nos permite realizar una aproximación a las emociones arrojadas sobre los conceptos de la subcultura *incel*: tono positivo, negativo, o neutro.
- ***Temas relacionados***: En esta sección se muestran los temas relacionados con los conceptos *incel* que hemos filtrado, es decir, nos permite conocer con qué se relaciona esta terminología.

4.1. Demografía

En primer lugar, hemos buscado hacer una radiografía de los *incels* atendiendo al género, la edad y los conceptos relacionados con este fenómeno. El primer resultado que destacamos, filtrando las palabras clave relacionadas con *incel*, es el relativo al sexo: la mayor parte de las personas que hablan sobre '*blackpill*' (80,4%) y 'Chads' (70,8%) son hombres.

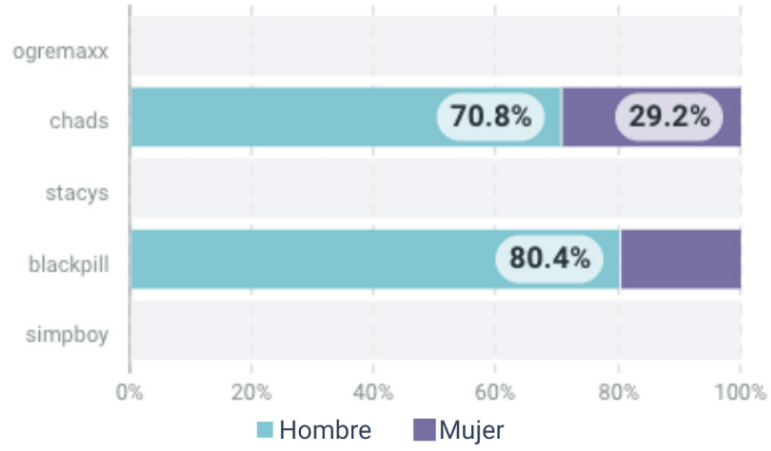


Gráfico 1: Sexo de las personas que hablan sobre el fenómeno Incel. Fuente: Talkwalker.

Con respecto a las edades, los intervalos de 18-24 años y 25-34 son los grupos que más intervienen en las redes sociales, con matices en función del concepto que se esté tratando. El intervalo 25-34 años es el que efectúa mayor número de comentarios respecto a *blackpill*, con un 66,7% frente a un 33,3% del intervalo 18-24 años. Por otro lado, hemos añadido al filtro los conceptos 'ogremax', Chads', 'Stacys' y '*simpboy*'. El resultado es significativo: concluimos que hay conceptos de la terminología *incel* que todavía no han llegado a España, que no se hace alusión a ellos.

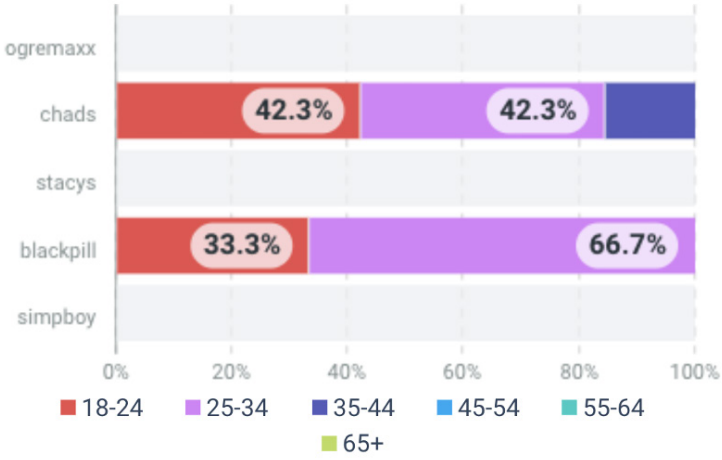


Gráfico 2: Edad de los usuarios que emplean los conceptos de la terminología incel. Fuente: Talkwalker.

Por otra parte, consideramos atender a las regiones españolas, para analizar en qué espacios se habla de los *incels*. En este sentido, observamos que un 53% de comentarios sobre el concepto *incels* procede de la Comunidad de Madrid, seguido de un 7,6% de Cataluña y un 6% que procede de Andalucía. En el caso de 'Blackpill', el 100% proviene de la Comunidad de Madrid.

Con los resultados de la herramienta Audiense Insights, resulta pertinente destacar que la plataforma nos arroja un segmento, es decir, un grupo de personas que determinan una conversación en torno a un concepto, que es 'pagafantas' y 'paypig'. El concepto 'pay pig' alude a un hombre que no tiene éxito con las mujeres, al que siempre ven como un amigo y que se encuentra 'subordinado' a ellas. Por otro lado, la edad de las personas que emplean estos conceptos oscila, de nuevo, entre los 18 y 24 años (86,46%) lo que nos permite concretar, complementando los datos de Talkwalker, que se trata de un público joven, fundamentalmente perteneciente a la Generación Z y *Millennial*.

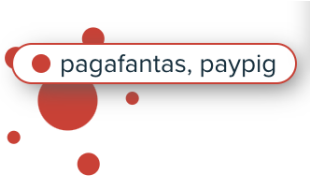


Gráfico 3: Segmento de conversación. Fuente: Audiense Insights.

Asimismo, hemos querido constatar en qué redes sociales abiertas se encuentran los usuarios que debaten sobre el fenómeno *incel*. Audiense Insights muestra que son, por orden de uso, Snapchat, Instagram, Spotify, Twitch, Facebook, Twitter y YouTube. Por lo tanto, los usuarios provienen de la generación Z y *millennial* y, aparte, se encuentran en redes sociales que marcan tendencia, como Snapchat o Twitch. Se trata de una conclusión destacada, porque conceptos somo 'simp', 'incel' o 'virgen' se han definido como una forma de acoso y redes sociales como Twitch las han prohibido (Xataka, 2020).

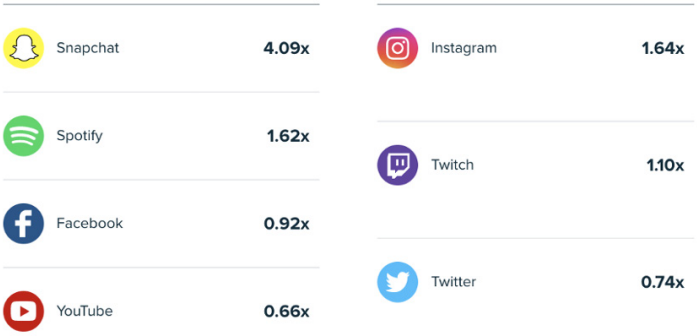


Gráfico 4: Redes sociales en las que se encuentran los usuarios que debaten sobre los 'incels' y los conceptos relacionados. Fuente: Audiense Insights.

4.2. Influencers

Utilizando la herramienta de monitorización Talkwalker, destacamos que es en la red social Twitter donde mayor actividad encontramos, frente al uso de foros, blogs u otras redes sociales como YouTube. Los resultados muestran que un 99% de usuarios realiza comentarios sobre los *Chads*, frente a un 98% que lo hace sobre los *incels*. Por otro lado, resulta llamativo que sobre el concepto *stacys* no se efectúan comentarios. Se trata de un concepto, en España, con repercusión insignificante en la red social de Twitter.

Por otra parte, la cuenta que ha generado mayor número de interacciones (un total de 612), 502 "me gusta" y 110 Retweets en Twitter, ha sido resultado de una publicación en contra de los *Chads* —machos 'alfa'— realizada el 25 de marzo donde, en la cuenta de 'Amy', se puede leer el siguiente comentario:

> *Lo tremendo es que los que dicen "se merecen que las maltraten por no elegir a hombres decentes", tirando de clichés manidos e infundados ("el maltratador medio se ve venir", Chads vs Nerds) creen que los hombres decentes son ellos. Escúchame: claro que los hay. Pero no eres tú".*

Fuente: Talkwalker. Consultado el día 28 de marzo de 2022.

4.3. Sentimiento

La herramienta Talkwalker ofrece un diagrama de barras (Gráfico 5) donde se aprecia la evolución de los comentarios positivos, negativos o neutros a lo largo de la semana mencionada. Destacamos que la gran mayoría de comentarios sobre los *incels* son negativos (un 83%), frente a los positivos, que suponen un 16%. Esto nos permite concluir que, en España, en redes sociales abiertas, es más acentuado el rechazo al fenómeno *incel* que su defensa. Los comentarios sobre los *Chads*, por el contrario, son relativamente similares. Encontramos un tono negativo (49%) frente al 50% de comentarios con un tono positivo. El concepto 'macho alfa' no parece traer asociada una carga simbólica especialmente negativa.

Gráfico 5: Sentimiento de los usuarios respecto a los conceptos 'incels' y 'chads'. Fuente: Talkwalker.

4.4. Conceptos relacionados

En cuanto a los términos relacionados con los *Incels* (Gráfico 6) hallamos una comunidad que los asocia con expresiones adversas como 'putos', 'tontos' y 'racistas'. En definitiva, se trata de conceptos con los que descalifica a los *incels*.

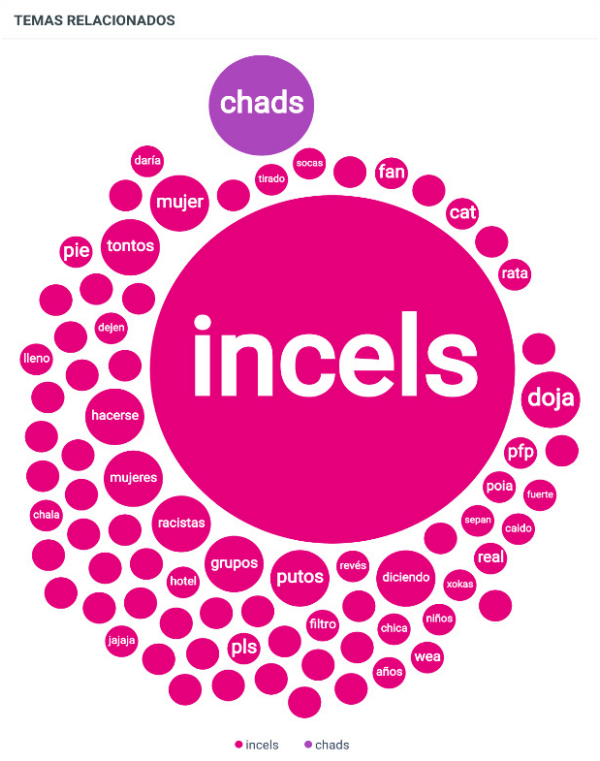


Gráfico 6: Temas relacionados con 'incels'. Fuente: Talkwalker.

Asimismo, para complementar el análisis de los conceptos relacionados con *incels*, recurrimos a la herramienta Audiense Insights. Los resultados muestran que se emplean los conceptos 'zorras' (63,18%), 'pagafantas' (18,64%), 'princesa' (12,7%) y 'Chad' (8,64%). Por lo tanto, percibimos que en torno a los *incels* se articulan conceptos misóginos y/o estereotipados. Por otra parte, en lo que refiere a los medios de comunicación y programas a los que son afines los usuarios que hablan sobre los *incels* —imprescindible para analizar sus intereses— Audiense Insights nos muestra, por un lado, que dos de los programas más vistos son *Mujeres y hombres y viceversa* y *El Hormiguero*; y en cuanto a los canales de televisión, su primera opción es Telecinco.

Por otro lado, hemos reparado en Google. La mayor parte de nuestras búsquedas provienen de este buscador web, así que hemos querido analizar qué buscan los usuarios al introducir 'blackpill'. Hemos elegido este concepto porque, según nuestras búsquedas, es el que más se emplea en España en relación con el movimiento *incel*. Nuestro objetivo ha sido determinar qué es lo que buscan los usuarios al introducir este término en el buscador. De esta forma, hemos encontrado que la mayor parte de las búsquedas se corresponden con 'qué es' y con 'foros'. Por lo tanto, observamos que las búsquedas se centran en el interés por los foros en los que se habla del concepto, así como la curiosidad por saber qué es '*black pill*'.

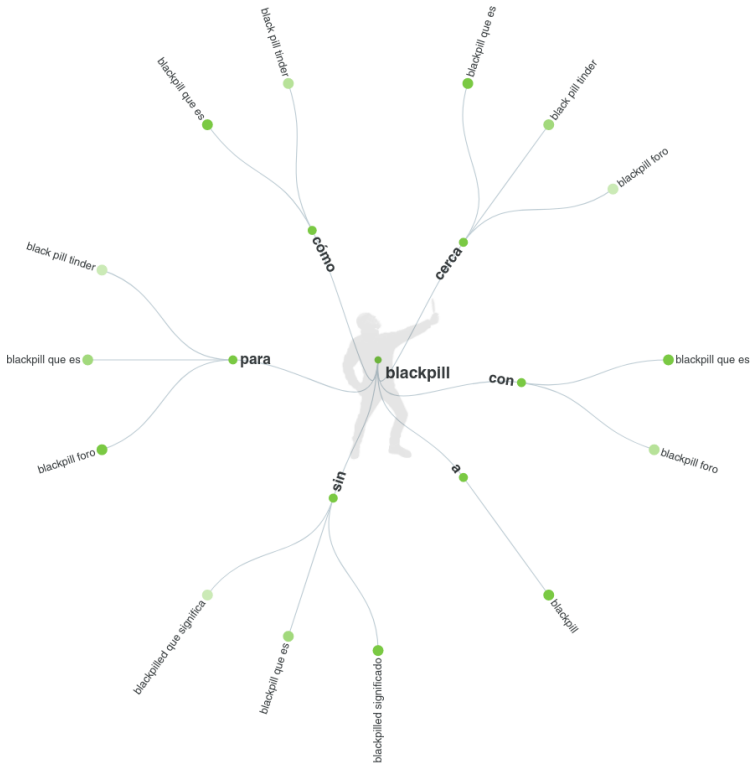


Gráfico 7: Búsquedas relacionadas con 'Blackpill'. Fuente: Answer the Public.

5. CONCLUSIONES

El movimiento *incel* encuentra su origen en los años 70 del siglo XX. Surge como reacción a la lucha feminista contra la violencia sexual, de la mano del grupo

Men's Rights Activists ('Activistas por los Derechos de los Hombres'). El ciberfeminismo se articula en la web 2.0, que ha permitido nuevas formas de relación entre las mujeres. Asimismo, las redes sociales han favorecido la creación de movimientos transnacionales como el #MeToo. No obstante, la configuración de identidades en la red trae asociado el anonimato, que facilita la expresión de la misoginia y, por lo tanto, limita la participación de las mujeres. La manosfera se constituye como un espacio cerrado formado por varones que encuentran a sus iguales, favoreciéndose la creación de comunidades reaccionarias que configuran nuevos discursos patriarcales sobre la violencia sexual contra las mujeres.

El objetivo con este capítulo de libro ha sido analizar el discurso de la subcultura *incel*, concluyendo que algunos de los conceptos que usan para referirse a las mujeres son *femoide*, *roasties*, *Stacys*. No obstante, no sólo colocan en el foco a las mujeres, sino también a los varones que apoyan al movimiento feminista, definiéndolos despectivamente como *aliades*, *mangina*, *pagafantas* o *cuck*. Para esta investigación hemos empleado las herramientas de monitorización de redes sociales TalkWalker, Audiense Insights y Answer the Public. La intención ha sido determinar el perfil de usuario que debate sobre el fenómeno *incel*, así como los conceptos relacionados con esta subcultura.

En primer lugar, se ha comprobado que conceptos como *stacy* o *simpboy* todavía no se emplean en España. No obstante, los resultados muestran que los términos más frecuentes, empleados en su mayor parte por varones, son 'Chads' (70,8%) y 'blackpill' (80,4%). Por otro lado, las franjas de edad en las que se habla de los conceptos relacionados con la comunidad *incel* son 18 y 24 años y 25 y 34, es decir, se trata de generaciones jóvenes: específicamente *Millennials* y Generación Z. Asimismo, la mayor parte de los comentarios sobre *incels* provienen de la Comunidad de Madrid, así que concluimos que se trata de un debate estrictamente ligado a espacios urbanos.

Atendiendo al análisis de contenido, la herramienta Audiense Insights nos muestra un segmento de conversación en torno a dos conceptos de la comunidad *incel*, que son 'pagafantas' o 'paypig'. Estos términos se relacionan con los varones que apoyan la lucha feminista, que tratan a las mujeres como a una igual: se les denomina *cerdo pagador*, es decir, se apunta que están subordinados a las mujeres. Además, detectamos que los usuarios que hablan sobre la comunidad *incel* no se encuentran exclusivamente en foros de la manosfera: están en redes sociales abiertas como Snapchat, Instagram o Twitch. Por otro lado, atendiendo a los medios de comunicación de referencia de la muestra analizada, una cuestión central para detectar sus intereses, concluimos que los programas más vistos de estos usuarios son *Mujeres y hombres y viceversa* y *El hormiguero* y el canal de televisión preferente, Telecinco.

Sin embargo, en España, los mensajes contra los *incels* son los que tienen un mayor impacto. En el análisis de los *influencers*, comprobamos que el contenido con mayor *engagement* consistió en una crítica a los *incels*, específicamente a los 'Chads': 'machos alfa' que se entiende que tienen éxito con las mujeres por su apariencia física. Así lo muestra el análisis de sentimiento realizado, en el que pudimos comprobar que el 83% de los comentarios sobre esta comunidad son negativos.

En esta línea, continuamos indagando en los conceptos relacionados con la terminología *incel*, concluyendo que los más frecuentes son *zorras* (63,18), *pagafantas* (18,64), *princesa* (12,7%) y *Chad* (8,64). Por otra parte, atendiendo al análisis de las búsquedas de Google con la herramienta Answer the Public, vemos que la mayor parte se relacionan con 'qué es *blackpill*'. Asimismo, los usuarios muestran también interés por 'foros *blackpill*'. De este modo, podemos concluir que las búsquedas se mueven entre el desconocimiento, que motiva la búsqueda de información, y la búsqueda de la comunidad en sí misma.

El objetivo de esta investigación ha sido realizar un acercamiento a la radiografía del perfil *incel*, así como al análisis de contenido sobre las preferencias e intereses de los usuarios que debaten sobre esta terminología en las redes sociales abiertas en España. Nuestra intención ha sido determinar quiénes son, cuál es su vocabulario, en qué espacios se encuentran y cómo articulan el discurso. De esta forma, podemos contar con los recursos para contextualizar el fenómeno, generando respuestas ante una subcultura reaccionaria que se constituye, en su mayor parte, en espacios cerrados de la manosfera. Asimismo, constituimos un conjunto de conceptos para conceptualizar y dar respuesta a los *incels*; para que no limiten los espacios, la voz y la libertad de las mujeres.

6. BIBLIOGRAFÍA

ADL. (2020). Online Poll Results Provide New Insights into Incel Community. *ADL Fighting hate for good*. Recuperado de: https://www.adl.org/blog/online-poll-results-provide-new-insights-into-incel-communiy

Beauvoir, S. (2017). *El Segundo sexo*. Ediciones Cátedra: Madrid.

Bernárdez Rodal, A. (2015). *Mujeres en medio(s): Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Editorial Fundamentos: Madrid.

Bernárdez Rodal, A.; Requeijo Rey, P. y Franco, Y.G. (2022). Radical right parties and anti-feminist speech on Instagram: Vox and the 2019 Spanish general election. *Party Politics*, *28*(2), 272-283. https://doi.org/10.1177/1354068820968839

Byerly, C. (2020). Incels online reframing sexual violence. *The communication review*, *23*(4), 290-308. https://doi.org/10.1080/10714421.2020.1829305

Bratich, J. & Banet-Weiser, S. (2019). From pick-up artists to incels: Con (fidence) games, networked misogyny, and the failure of neoliberalism. *International Journal of Communication*, 13, 25. ISSN 1932-8036

De Miguel, A. (2015). *Neoliberalismo sexual*. Ediciones Cátedra: Madrid.

Faludi, S. (1992). *Reacción. La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Editorial Planeta: Barcelona.

Franco, Y.G. y Requeijo, P. (2021). 'Agenda Europa' y estrategias antigénero en el discurso de Vox en Instagram. En Bernárdez Rodal, Asunción y Padilla Castillo, Graciela (eds.). *Deshaciendo nudos en el Social Media* (Valencia, 422 páginas). Editorial Tirant Lo Blanch: Valencia.

Ging, D. (2019). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities*, *22*(4), 638-657. https://doi.org/10.1177/1097184X17706401

Jaki, S., De Smedt, T., Gwóźdź, M., Rudresch Panchal, A. & De Pauw, G. (2019). Online hatred of women in the Incels. me forum: Linguistic analysis and automatic detection. *Journal of Language Aggression and Conflict*, *7*(2), 240-268. https://doi.org/10.1075/jlac.00026.jak

Messner, M. (1998). The Limits of "The Male Sex Role" An Analysis of the Men's Liberation and Men's Rights Movements' Discourse. *Gender & Society*, 12(3), 255-276. DOI: 10.1177/0891243298012003002

Millett, K. (1995). *Política sexual*. Ediciones Cátedra: Madrid.

Mingo, E. G., Díaz, S. F., & Forte, S. T. (2022). (Re) configurando el imaginario sobre la violencia sexual desde el antifeminismo: el trabajo ideológico de la manosfera española. *Política y sociedad*, 59(1), 4. https://doi.org/10.5209/poso.80369

Moreno Azqueta, C. (2019). Semióticas de la virginidad masculina. Una introducción al análisis de discurso de la comunidad INCEL (Involuntarily Celibate). Universidad Carlos III de Madrid. *Instituto Universitario de Estudios de Género*. Recuperado de: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/30283/semioticas_moreno_IJCPG_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pateman, C. (2019). *El contrato sexual*. Ménades Editorial S.L.U.: Madrid.

Sanchis, A. (2020). "Simp", "incel" o "virgin" son formas de acoso. Y plataformas como Twitch ya han comenzado a prohibirlas. *Xataka*. Recuperado de: https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/simp-incel-virgin-formas-acoso-plataformas-como-twitch-han-comenzado-a-prohibirlas

Capítulo 9

Contranarrativas frente a la cultura de la manosfera. @nolesdescasito y otros movimientos para frenar el odio en redes

Jonattan Rodríguez Hernández
Universidad Complutense de Madrid
jonrodri@ucm.es

Eglée Ortega Fernández
Universidad Complutense de Madrid
egleeort@ucm.es

1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo desarrollamos una investigación sobre las contranarrativas que se ponen frente a la cultura de manosfera y que buscan atender a la ciudadanía, ofreciéndoles herramientas útiles y fáciles de emplear en contra de los discursos de odio que se generan en estos espacios.

Dentro de sus capas, que van profundizando contenidos y formas de comunicar, internet alberga un sinfín de subculturas. Estas se desarrollan a favor o en contra de temas específicos, buscando generar comunidades o nichos de interés que se retroalimentan gracias a la democratización y constante creación de contenidos por parte de los prosumidores.

La manosfera, entendida como ese espacio donde se une una comunidad que vuelca todos sus contenidos en defensa de la masculinidad tradicional y en contra del feminismo (Gutiérrez y Etura, 2021), está formada por foros, blogs, perfiles en redes sociales, que enfrentan este tema desde un punto de vista radical, fomentando en muchos casos el discurso del odio.

Etimológicamente la definición de manosfera viene del inglés *man* (hombre) y *sphere* (esfera) y se circunscribe a un espacio virtual donde se insiste sistemáticamente que el empoderamiento femenino va a acabar con la masculinidad tradicional.

El politólogo Cas Mudde (2021) en su obra *The far right today* (La ultraderecha hoy), enlaza estas comunidades virtuales con la corriente política más radical de

derechas que combina el sexismo hostil con la misoginia. La manosfera sería una simple anécdota del mundo online, si no estuviera asociada con casos de acoso en línea, así como algunos incidentes de violencia material fuera del mundo virtual, como feminicidios y homicidios.

En este contexto, tomando en cuenta la ideología de quienes allí convergen, se puede localizar a personas radicales de la comunidad masculina que centra sus publicaciones, discusiones e hilos temáticos en torno a criticar o debatir en contra del feminismo, al mismo tiempo que alaban su concepto de masculinidad y en muchos casos fomentan ideales de neofascismo o derecha alternativa.

Por otro lado, existen iniciativas que buscan desmontar estos discursos y que también tienen su espacio en el mundo digital. Estas plataformas intentan entender los algoritmos de las redes sociales y a partir de allí ofrecer una formación informal sobre cómo reaccionar ante estos colectivos, cómo frenarlos y cómo evitar su crecimiento para no fomentar el discurso radical en ninguno de los ámbitos de la sociedad.

La investigación se centrará en diversas plataformas y colectivos virtuales como la Laintersección.net, quienes ofrecen diferentes formas de difusión a manera de contrarrestar las narrativas del odio, a través de su página web y redes sociales como su perfil de Twitter: @noledescasito.

2. AUGE DEL ODIO EN LAS REDES SOCIALES

Los discursos de odio son generados por personas o comunidades, en contra de personas o comunidades. Es por esto por lo que las redes sociales son el caldo de cultivo ideal para quienes quieren atacar a un colectivo o individuo de manera desintermediada. La democratización de las comunicaciones que han generado desde su aparición e impulso hace más de 20 años, han permitido que no existan límites ni fronteras al momento de comentar, participar o interactuar inclusive con personas que no conocemos.

Las expresiones de intolerancia o ataque hacia otros en las redes sociales se resguardan en el marco de la libertad de expresión, sin tener en cuenta que se genera una cultura del odio. Al intentar definir este panorama los estudiosos apuntan la dificultad de conceptualizar un término que es emocional y subjetivo, como lo es el odio. Hay quienes lo definen desde la animadversión hacia el otro, incluyendo la intolerancia, la discriminación y los prejuicios a partir de quienes buscan generar un clima de hostilidad (Gagliardone *et al.*, 2015).

> El término de discurso del odio es un concepto discutido, y que es objeto de debate político, jurídico y académico a nivel internacional. Es un concepto complejo, en la medida en que pone en juego y en colisión diferentes valores y principios capitales de los sistemas democráticos: la igualdad, la dignidad humana, la libertad de expresión, etc., cuya concepción no es idéntica en todos los contextos socio-políticos. Por ello, es un concepto, el del discurso del odio, que puede ser implementado políticamente con objetivos bien diferentes, que pueden ser más o menos legítimos (Cabo y García, 2017, pp. 7).

Al entender la intolerancia como un patrón que niega al otro, este tipo de discurso abarca una amplitud de temas que demuestran hostilidad ideológica y se manifiesta como homofobia, misoginia, gitanofobia, xenofobia, por mencionar algunos fenómenos. (Falxa, 2014). El punto de encuentro suelen ser temas religiosos, culturales, sexuales o políticos; este último trasladado al espacio virtual donde converge la sociedad, los partidos, los medios de comunicación y los propios líderes.

Dentro de estas narrativas se enmarcan los grupos reunidos en el colectivo llamado manosfera. Un fenómeno que se ha desarrollado y descrito mucho más en Norteamérica donde están definidos como una subcultura dentro de las ya conocidas supremacistas masculinidades (García Marón, 2021).

Este término se usa para englobar foros, webs, colectivos en redes sociales donde, amparados por la inmediatez y el anonimato de la red, se da rienda suelta a la misoginia, aludiendo que los avances en favor de las mujeres terminan discriminando a los hombres. (Márquez y Jaenes, 2021).

Al repasar las características de estos espacios digitales, hay peculiaridades que permiten la expansión de estos colectivos. Por ejemplo, la facilidad de interconexión. El mito de *todo vale* porque las regulaciones legales van más despacio que el propio desarrollo de las redes se traduce en permisividad. Otras particularidades son la ubicuidad para publicar desde cualquier dispositivo o sitio físico, la clandestinidad de tener una falsa identidad para esparcir las opiniones, así como lo efímero de estos espacios. Pese a que todas estas características dejan una huella digital, pasan de manera fugaz en la sobreabundancia comunicativa en la que se vive el día a día.

Asimismo, la idea de que un espacio virtual no es real trae consigo la percepción de que sus repercusiones no van más allá de la red. Esto actúa como efecto desinhibidor para la expresión de los discursos extremos y el potencial de audiencia que ofrecen las redes hace el efecto difusor con un descontrolado efecto que puede hacer mucho daño. (Cabo y García, 2017).

3. DESINFORMACIÓN Y POSVERDAD EN REDES SOCIALES

El informe *Digital News Report* 2021, publicado por *Reuters Institute for the Study of Journalism* (RISJ), señala que el 82% de la muestra en 46 países está preocupada por lo que es real y falso en Internet cuando se trata de noticias. Entre ellos, el 50% señala a las redes sociales como la mayor fuente de desinformación, muy por delante de los sitios de noticias, con un 20%.

Las aplicaciones de mensajería como WhatsApp o Facebook Messenger con 21% y los motores de búsqueda como Google que suman el 7%. Al centrarnos en España, encontramos que está ubicado en el sexto lugar mundial en la preocupación por la desinformación y los bulos en internet, con un 67% por debajo de Brasil (82%), Suráfrica (76%), Portugal (76%), Kenia (75%) y Nigeria (72%).

Este contexto de preocupación y desconfianza mundial por las informaciones que conforman el ecosistema digital ha sido cultivado por la difusión de noticias falsas que buscan desinformar e instaurar verdades que se adaptan a los intereses de diversos colectivos.

Frente al panorama de las llamadas *fake news,* Rodríguez Pérez (2019) defiende el uso del término desinformación, ya que con este se pueden abarcar las múltiples facetas en las que se propagan los bulos, contenidos engañosos o malintencionados, que engloban los discursos de odio. Este autor califica a la desinformación como un fenómeno más complejo que las noticias falsas:

> La desinformación, como fenómeno, hace referencia tanto al contenido informativo fraudulento (*fake news*) como al engañoso (*misleading content*), los discursos de odio (*mal-information*), los discursos falsos deliberados (*false speech*) o los errores informativos no deliberados de medios o periodistas (*missinformation*). Desinformación, por tanto, es la distorsión de la información difundiendo noticias falseadas que engañan al receptor final (Rodríguez Pérez, 2019, pp. 68).

La tecnología facilita la creación de nuevas herramientas que van actualizándose para intentar minimizar el efecto de la desinformación, pero esa misma tecnología, a través de las redes sociales, facilita también que los bulos se viralicen y lleguen a millones de personas en muy poco tiempo. Vivimos la época de la posverdad, donde la gente comparte lo que le conviene a su causa o que apoya su ideología, algunas veces sin criterios y sin detenerse a pensar si es real (Ortega-Fernández, 2021)

Los ciudadanos interconectados están expuestos a informaciones, comentarios, análisis y opiniones donde se apela a la emocionalidad y a las creencias personales, más allá de las noticias, dando paso al término posverdad. Quienes están detrás de estas publicaciones buscan magnificarlas, manipularlas o recrearlas des-

de fuentes irreales. La finalidad es la difusión masiva y amplificación a través de retuits, *likes*, o cadenas que van interminables que pasan de un dispositivo a otro.

4. CÓMO SE FOMENTAN LAS NARRATIVAS EN EL MUNDO DIGITAL

La organización de las publicaciones que podemos consumir en redes sociales, así como la jerarquización de resultados que tenemos en los motores de búsqueda como Google, vienen determinadas por el algoritmo que nos muestra lo que se asemeja a nuestros intereses, gustos, geolocalización e historial de visualizaciones previas.

TikTok y Whatsapp, las dos redes sociales más descargadas en 2021 analizan las preferencias del usuario, basándose en las etiquetas con las que ha interactuado, ofreciendo contenido similar y personalizado (Ortega-Fernández y Rodríguez-Hernández, 2021). Instagram recientemente anunció una reorganización de sus contenidos para basarse en preferencias, de la misma forma que lo hace Facebook, ambos bajo el mismo paraguas. YouTube y Twitter no escapan de esta realidad a través del uso de herramientas como etiquetas o *hashtags*, según indican en sus sitios web, para crear comunidades.

Pérez-Escoda y Dans (2022) apuntan que se trata de una hipersegmentación de los usuarios que reciben estratégicamente contenidos que pueden estar sesgados por intereses que no se muestran claramente, a excepción de la publicidad digital, donde el interés es económico; "cada dato compartido y subido por el usuario es diseccionado minuciosamente". Los autores señalan:

> La funcionalidad original de las redes se ha desvirtuado en dos sentidos... por un lado, social, tener una identidad y conectar personas, así como estandarizar espacios virtuales para hacerlo, tenía un viso de progreso socio-tecnológico, monetizar todas esas acciones sociales, captando todos los datos de los usuarios para comercializar las interacciones y las conductas, eso es realmente pernicioso. Por otro lado, la manipulación del discurso en redes convierte las plataformas en armas arrojadizas contra las democracias del mundo: la manipulación social se naturaliza como práctica en red. Manipulación masiva, hasta el punto de que un gobierno birmano puede realizar un genocidio justificado después de crear contenidos para generar un sentimiento colectivo de odio hacia colectivos determinados (Pérez-Escoda y Dans, 2022, p. 35).

En este mismo estudio, Pérez-Escoda y Dans (2022) destacan dos capas que forman parte de las plataformas y redes sociales, la primera de ellas llamada *Stickiness* (proxelitismo) tipificada en la cantidad de notificaciones que permiten los dispositivos y son el arma perfecta para mantenernos alerta y con la necesidad continua de consultar la pantalla que tenemos a mano, y por otro lado estaría el efecto *Birds of a feather flock together*, (filtros burbujas) que alimentan comportamientos sesgados

intencionalmente, aprovechando el sentido gregario del ser humano, creando una especie de socialización en burbujas autocomplacientes entre sus propios intereses.

5. MARCOS ALTERNATIVOS PARA DOBLEGAR LA CURVA DEL ODIO: NARRATIVAS DEL AMOR

Desde hace unos años se ha generado un debate en torno a las diferentes maneras de confrontar los discursos de odio. Al abordar este punto, partimos de la base que el discurso de odio no se puede doblegar, sino que es necesario reconquistar el espacio público con un discurso alternativo al empleado por los odiadores. Asimismo, para entender cómo se pueden formar marcos narrativos alternativos que puedan frenar el odio en las redes sociales, es necesario comprender que no existe un único marco narrativo. Es apropiado hablar en plural en términos de discursos de odio, porque existen diferentes motivaciones (ideológicas, religiosas, raciales, vinculadas al género o al sexo) que los activan y diversas víctimas los sufren. Este rasgo es fundamental para el diseño de acciones y estrategias pensadas en doblegar la curva del odio.

A pesar de que exista una pluralidad de marcos narrativos de odio, la estructura es muy parecida en todos ellos: existen unas víctimas que sufren los ataques por parte de los odiadores, se construyen en torno a ideas preformadas y todos tienen un alto contenido de violencia verbal. Como se observa en la Imagen 1, la Pirámide del Odio creada por la Liga Antidifamación (2021) se asienta sobre los prejuicios para crear patrones de aceptación de la discriminación, el odio y la injusticia en la sociedad. Cuando se desafían esas actitudes y comportamientos prejuiciados, es posible interrumpir la escalada de odio y dificultar el florecimiento de la discriminación.

Imagen 1: La Pirámide del Odio. Fuente: Liga Antidifamación, 2021

Al igual que es necesario señalar los diferentes marcos narrativos de odio, es importante diferenciar entre los discursos y sus posiciones discursivas en positivo. Por ejemplo, la Fundación porCausa (2021) habla de las *narrativas del amor* como el marco para establecer lazos responsables en las comunidades. Así, afirman que es el amor el que proporciona el espacio para redefinir las convenciones más internalizadas, también ayuda a romper con un equilibrio establecido y abre horizontes a cambios y nuevas realidades. La propia Fundación ha puesto en marcha la *narrativa del Procomún*:

> Entendemos el procomún como aquella narrativa de la comunidad en la que esta se presenta con el mayor bien a través del cual el individuo florece. Frente a los valores clásicos como la solidaridad, que se presenta como la más filantrópica de las opciones de colaboración pero no deja de ser la 'adhesión circunstancial a la causa o a la empresa de otros', el procomún realiza el camino inverso que va del bien común al bien individual (Fundación porCausa, 2021, p.20).

Con esta narrativa, desde porCausa proponen que el centro del relato sea el espacio común junto con la comunidad y, al mismo tiempo, el efecto que tienen ambas en las personas. Para la Fundación, en los relatos en los que el protagonista es el individuo, es necesario no proponerlo como salvador de la comunidad, sino salvado por ella. De esta manera, se promueve la participación ciudadana y las *narrativas del amor*. Esta narrativa era el eje de relatos tan poderosos como los del inicio del cristianismo o más actualmente el 15M, *Occupy Wall Street* o las primaveras árabes (Fundación porCausa, 2021).

Además de *Procomún*, existen múltiples tipos de relatos que encajan en las *narrativas del amor* con el fin de recuperar el espacio público. Un ejemplo de ello es la diversidad como guía principal de los discursos. Esta técnica es un tipo de narración que naturaliza los procesos que se cuentan y trata de poner en común valores universales y específicos. Otro relato alternativo es el uso de utopías en las narrativas. Se trata de construir una historia que sea imposible de alcanzar, en ella, se idean conceptos inalcanzables que a través de unas fases necesarias se acercarán al espacio perfecto imaginado.

El relato del triunfo y de la comunidad son dos ejemplos más de narrativas alternativas para doblegar los discursos de odio. El primero de ellos se basa en la capacidad del ser humano de hacer el bien y cambiar las cosas que le rodean, el segundo crea un relato que colectivamente reconociendo dentro de ella la fuerza de cada una de las personas que la componen.

Para la aplicación de las narrativas alternativas, desde la Fundación porCausa se realizó el informe Narrativas porCausa (2019). En él, detallan tres reglas para la

creación de contenido y cuatro herramientas adicionales que mejoran la calidad del mensaje y su penetración. Estas normas pivotan en torno a tres conceptos: los mensajes deben ser nuevos y no hay que responder a los mensajes previos; es aconsejable huir de la existencia de dos partes (nosotros y ellos); las emociones deben priorizarse en los mensajes por encima de los datos.

Por otra parte, las cuatro herramientas son: las narrativas deben ser sustitutivas, planteando entornos comprensivos y de empatía; es necesario tener un enfoque local en el que se aluda a espacios cercanos y reconocibles; hay que recordar la importancia de la percepción del subconsciente, siendo esta la primera fase para adquirir una opinión derivada del entorno social en el que crecemos; emplear el denominado efecto Coca-Cola, consiste en convertir las propuestas en productos de éxito.

Reglas para crear contenido	Herramientas a tener en cuenta
Evitar mensajes reactivos	La narrativa debe ser sustitutiva
Evitar nosotros y ellos	El enfoque local
Priorizar sentimientos sobre datos	La percepción subconsciente
	El efecto Coca-Cola

Tabla 1: Reglas para crear contenido y herramientas a tener en cuenta. Fuente: Fundación porCausa (2019)

6. LAS INICIATIVAS DE @NOLESDESCASITO Y @HATEBLOCKERS FRENTE A LA CULTURA DE LA MANOSFERA

Con la llegada de las narrativas de odio a la esfera digital, el espacio público se ha convertido en una especie de *guerra sucia* por marcar las tendencias en las redes sociales. Esto se vio potenciado a raíz de la pandemia, donde en entornos como YouTube (Cerdán Martínez, Giménez Sarmiento y Padilla Castillo, 2022), Twitter (Robles *et al.*, 2022), o TikTok (Weimann y Nasri, 2020) diferentes actores sociales estarían contribuyendo a extremar sus posicionamientos, empleando *bots* para crear zonas de distanciamiento social en los que tienen cabida los diversos discursos de odio y la falta de civismo.

Además, estos relatos de animadversión suelen tener un guion parecido en la mayoría de las ocasiones: se inician y alimentan en el parlamento, más tarde, los medios de comunicación masivos reproducen esos mensajes y por último, se potencian a través de las redes sociales, gracias a la sensación de impunidad de los usuarios.

En este sentido, cabe destacar que las redes sociales son consideradas una representación virtual de lo que sucede en la sociedad física o presencial. Esto ocurre porque los aspectos que activan los discursos de odio son prácticamente los mismos (sexo, ideología, religión, género, motivos raciales, medio ambiente, etc.). En esta dimensión, las diferencias entre el mundo virtual y el físico no son perceptibles.

A pesar de que todas las redes sociales puedan albergar discursos de odio, algunas de ellas se han convertido en las preferidas para fomentar estas narrativas. Twitter es, sin lugar a dudas, la red donde son más frecuentes y virulentos los discursos de odio. Esto se debe a que la propia compañía "facilita" más que otras redes diferentes aspectos como: anonimato, imprecisión en las normas y los límites, percepción de impunidad por transgredir las políticas de la compañía y afinidad de los usuarios (Sigma Dos, 2021).

Es en Twitter donde los proyectos de Laintersección.net (@nolesdescasito) y hateblockers.es (@hateblockers_es) reciben mayor difusión, exponiendo sus marcos alternativos para combatir los discursos de odio presentes en la manosfera. El primero de ellos acumula más de 23.000 *followers* y el segundo suma 2.600 *followers*.

El proyecto de Laintersección.net (@nolesdescasito) nace en mayo de 2020 dos meses después del estado de alarma decretado en el país. Su objetivo es crear espacios de encuentro donde se puedan crear narrativas colectivas, compartir herramientas y aprender a comunicar de manera más efectiva. El nombre elegido para el proyecto coadyuva con esta misión principal.

La propia Real Academia Española (2022) define intersección como el conjunto de dos elementos que son comunes a dos o más conjuntos de partida. Como señalan en su web, el crecimiento de los conjuntos no es simplemente por su suma. Cuando las personas comparten espacios seguros, ideas y conocimientos que pueden llevar a la acción colectiva, crece la posibilidad de construir futuros óptimos. Desde el primer mensaje en Twitter definieron su postura:

> ¡Hola Twitter! He venido para recordarte que la ultraderecha se alimenta de tu casito. Ya lo sabes, si hablas de ellos o reaccionas a sus mensajes les haces virales. Sígueme y te lo repetiré de vez en cuando, además de darte algunos otros consejos para neutralizarles (@nolesdescasito, 2020)

En su portal web explican la preocupación por el aumento de los mensajes de odio en las redes sociales, y en un marco más amplio, por el ascenso de proyectos políticos españoles reaccionarios. Asimismo, señalan que tanto la pandemia, como la crisis económica pueden desembocar en sentimientos de desánimo e impotencia, por lo

que cualquier intento de crear comunidades debe centrarse en objetivos específicos, con discursos y estrategias que huyan de la aspiración para convertirse en útiles.

En esa línea, uno de los principales objetivos es la creación del movimiento Alianza Diversa, que debe realizarse entre diferentes comunidades para plantar cara a la "Internacional del Odio". Entre otros, se citan a colectivos como: migrantes, personas racializadas, movimiento LGTBIQ+, etc. Para Laintersección.net, el origen de este movimiento servirá para reforzar los lazos comunes y se postula como la única manera de cuidarse entre las comunidades, de hacer frente al odio, el miedo y la impotencia.

Entre las narrativas que impulsan a realizar por los usuarios se encuentran algunas tan variadas como: el uso de las historias, cuentos y relatos para generar marcos de comunicación; el *reframing* o reformular los marcos prefijados y el empleo de los *memes* como instrumento de comunicación. Junto a estas recomendaciones, señalan varias herramientas con las que hacer frente al auge del odio en redes sociales, entre otras indican: #AquíEstamos, una red en la que se puede participar en acciones coordinadas para contrarrestar los comentarios de odio en las redes sociales; *Data Detox*, una serie de consejos para controlar la privacidad, el bienestar y la seguridad de los cibernautas; *Crowdtangle* para entender mejor a las audiencias y opciones de configuración de cuentas personales en redes sociales para evitar las recomendaciones de los algoritmos.

NUESTRO SESGO COGNITIVO
Nuestro cerebro da más importancia a lo que percibe como un riesgo. Por instinto de supervivencia, el odio y el miedo captan más atención.
EL DISEÑO DE LAS REDES
Cuanto más tiempo pasemos en ellas, más publicidad pueden vender. Saben que los sentimientos extremos son los que más atrapan y por eso fomentan la polarización.
¿POR QUÉ EL ODIO SE EXTIENDE TAN RÁPIDO EN LAS REDES?
LAS TRAMPAS QUE HACEN LOS MALOS
Invierten en publicidad engañosa, tienen trols a sueldo y utilizan bots para replicar sus mensajes.
Que hagan más ruido no significa que tengan razón.
EL FORMATO DE LAS FAKE NEWS
MIGRANTES TE VAN A ROBAR EL TV, CUIDO !!!!
Suelen basarse en viejos prejuicios pero están redactadas para que parezcan información nueva. Incitan acompartir e indignarse.
PRESTA ATENCIÓN A QUIEN REALMENTE LA MERECE, SELECCIONA TUS FUENTES Y TÓMATE TU TIEMPO PARA ANALIZAR CADA MENSAJE ANTES DE REACCIONAR A ÉL.
@nolesdescasito

Imagen 2: Infografía sobre los motivos de la expansión del odio en redes sociales. Fuente: @nolesdescasito

De igual importancia son las estrategias que recomiendan desde el perfil de Twitter @nolesdescasito. Con múltiples infografías (Imagen 2), tratan de explicar de manera didáctica la importancia de conceptos como sesgo cognitivo, modelos de negocio de las redes sociales, *fake news*, algoritmos o *trolls*. Las alternativas que proponen frente al odio que se pueden encontrar los usuarios en las redes sociales se limitan a dos: bloquear y silenciar. Por ello, aconsejan no interaccionar con mensajes de odio, ya que las personas que lo emiten obtienen mayor relevancia y visibilidad.

Como se puede observar en la Imagen 3, también proponen métodos para responder o contestar a determinados discursos. Su propuesta narrativa está basada en los textos del lingüista norteamericano George Lakoff. En ella, las respuestas deben empezarse explicando la verdad, posteriormente indicar la mentira y concluir de nuevo con la verdad. A esta técnica la han denominado el Método Sándwich.

CUANDO ALGUIEN MIENTE, ¿SE DEBE INFORMAR SOBRE ELLO?
SÍ, PERO ENMARCÁNDOLO EN UN "SÁNDWICH":
EMPIEZA EXPLICANDO LA VERDAD: LA 1ª IMPRESIÓN ES DEFINITORIA
INDICA LA MENTIRA
CONCLUYE CON LA VERDAD
ESTO NO ES UN SÁNDWICH, ES UNA ILUSTRACIÓN DE UN SÁNDWICH
¡AUNQUE YO PEDÍ UNO VEGETAL! ¿POR QUÉ LE PONEN ATÚN?
PERO SIGUE SIENDO UNA ILUSTRACIÓN DE UN SÁNDWICH
Fuente: George Lakoff
@nolesdescasito

Imagen 3: Infografía sobre el Método Sándwich para responder al odio en redes sociales. Fuente: @nolesdescasito

Por su parte, hateblockers.es nace también en el año 2020. Su objetivo principal es promover el debate positivo y constructivo en el que se trate de mantener unas redes sociales sanas para que no se conviertan en lugares de odio. En su primer mensaje en Twitter comentan la importancia de la nutria, animal que es la imagen principal y mascota del proyecto:

> Hola mundo👋Hemos venido a frenar la curva del odio y llenar Twitter de nutrias. ¿Por qué nutrias?👋⁉️🦦Síguenos y te contamos más🔊. (@hateblockers_es, 2020)

En el portal web señalan que el proyecto surge de dos lugares distintos, pero en cierta manera coincidentes: el primero es el hecho de que las redes sociales puedan ser un foco de odio, el segundo de la búsqueda de "buen rollo" en las redes sociales. Al mismo tiempo, comentan su preocupación por la juventud y las frustraciones que pueden arrastrar por las generaciones anteriores.

Desde hateblockers.es señalan que su mirada está centrada en las noticias falsas y bulos que socavan las libertades de los ciudadanos. Para ellos, es necesario contar con periodistas que cuenten con libertad de expresión, así como una ciudadanía con el derecho de libertad de información. Junto a esto, señalan la importancia de bloquear el odio, de esta manera se forma un muro de contención para los amigos, familiares y demás seguidores en las redes sociales.

Un apartado relevante de su web es el decálogo para ser parte de hateblockers.es. En él, se señalan algunas cuestiones como: ser agentes del cambio para frenar la curva de odio en redes sociales; el empleo del humor, la ironía y el ingenio como recetas para evitar el odio de los demás; diferenciar entre la opinión y quién opina; aceptar que los usuarios pueden contradecir argumentos; hacer pedagogía sobre los diferentes discursos de odio con gente cercana.

Con un tono cómico, también han realizado una clasificación en función de los diferentes niveles de *hater* u odiadores que existen en las redes sociales. Los catalogan de la siguiente manera: hater molino, usuario que discute en bucle desde su punto de partida; hater martillo, persona que reduce todas las soluciones a lugares comunes; el cómico, usuario que disfruta ridiculizando a los demás; *ad hominator*, individuo que detesta a la persona odiada y argumenta en función de ello; capitán a posteriori, persona que analiza los fenómenos cuando ya han ocurrido; hater gregario, usuario que se suma a cualquier discurso de odio para sentirse parte del grupo.

Junto a su perfil de Twitter, el proyecto ha creado diferentes comunidades a través de Facebook, Instagram, Discord o el foro de su portal web. En ellas, se comparte y difunde contenido diverso para combatir los discursos de odio.

5. CONCLUSIONES

En la era digital la formación es clave para que un colectivo mucho más crítico y preparado pueda deconstruir los relatos del odio que se difunden online, así como reconstruirlos como contrarrelatos. De allí la importancia de las iniciativas que se difunden y que son accesibles a todos desde las propias redes sociales o espacios virtuales donde se encuentran luchando en el mismo terreno que quienes incitan el odio y conforman la manosfera.

Las iniciativas para crear contranarrativas que establecen plataformas como la Fundación porCausa, Laintersección.net o hateblockers.es ofrecen estrategias para frenar el discurso del odio y herramientas para evitar que crezca. Además, asumen que los algoritmos de los portales de búsqueda y redes sociales tienden a darle mayor difusión a aquello que tiene más interacción, sin saber descifrar sus contenidos destinados al odio o a afectar a un colectivo.

Dentro de los marcos narrativos propuestos, los proyectos analizados aconsejan dedicar el tiempo en redes a difundir ideas a favor de la diversidad, la empatía, la justicia social o el conocimiento científico, todo ello en favor visibilizar a las personas que crean un contenido libre de odio.

En este sentido, es necesario el cuidado entre las comunidades en el espacio público de las redes sociales. La exposición al odio puede aumentar el miedo y desembocar en unos lugares en los que no se pueda establecer la agenda pública de temas relevantes, debatir de manera educada o participar en iniciativas comunes y diversas.

La mayoría de las estrategias propuestas en los proyectos aconsejan bloquear o silenciar a los *trolls* o usuarios que esparcen odio o desinformación en redes sociales. De esta manera, se consigue prestar una mayor atención a quienes realmente la merecen.

Un aspecto muy relevante es la propagación de bulos y desinformación. Todos los proyectos aconsejan informarse a través de medios de comunicación, periodistas o comunicadores que no propaguen bulos o *fake news*. De igual manera, recomiendan reflexionar previamente sobre las fuentes que emiten los mensajes que provocan ira y frustración.

Por último, si se desea responder a alguna información que genere odio o desinforme, se recomienda proponer estrategias narrativas en las que la mentira quede demostrada entre dos verdades con el empleo de datos e información contrastada. De esta manera, el mensaje de odio queda en evidencia entre los argumentos expuestos.

6. BIBLIOGRAFÍA

Anti-Defamation League. (2021). *Pirámide del Odio*. Disponible en: https://bit.ly/37k3YjN

Cabo, A. y García, A. (2017). *El discurso del odio en las redes sociales: un estado de la cuestión*. Dirección de Servicios de Derechos de Ciudadanía y Diversidad. Disponible en: https://bit.ly/35A3NQj

Cerdán Martínez, V., Giménez Sarmiento, A. y Padilla Castillo, G. (2022). El auge de Vox y el populismo en Youtube antes y durante la pandemia del Covid-19. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55. 17-35. http://doi.org/10.15198/seeci.2022.e751

Falxa, J. (2014). Redes sociales y discurso de odio, un enfoque europeo, en Pérez Álvarez, F. (Ed.) Moderno discurso penal y nuevas tecnologías. Editorial Salamanca.

Fundación porCausa. (2019). *Nuevas narrativas migratorias para reemplazar el discurso del odio.* Disponible en: https://bit.ly/3xui1Om

Fundación porCausa. (2021). *Narrativas migratorias del amor. De la solidaridad a la Comunidad*. Disponible en: https://bit.ly/3xui1Om

Gagliardone, I., Danit, G., Thiago, A., y Martínez, G. (2015). *Countering Online Hate Speech*. Programme in Comparative Media Law and Policy, University of Oxford.

García Marín, J. (2021) La manosfera y las subculturas supremacistas masculinas, en Rodríguez del Pino, J., Masanet, E. y González Sanjuán, M. (Coord) Moldear Hombres: Juventud y representación de las masculinidades en la sociedad actual. Editorial Icaria.

Gutiérrez, V. y Etura, D. (2021) Política y redes sociales. La estrategia persuasiva de Vox en TikTok o cómo ser antifeminista sin decirlo. En Bernárdez, A. y Padilla, C. (Ed.) Deshaciendo nudos en el Social Media. Editorial Tirant Lo Blanch Humanidades.

Hateblockers. (2020). *Todo sobre haters*. Disponible en: https://bit.ly/3rqFlca

Hateblockers.es [@hateblockers_es]. (1 de diciembre, 2020). *Hola mundo. Hemos venido a frenar la curva del odio y llenar Twitter de nutrias. ¿Por qué nutrias?!? Síguenos y te contamos más.* [Tuit]. Twitter. https://bit.ly/3KIg7gJ

Íñiguez de Onzoño, J. (2019). Descenso a la 'manosfera', la comunidad radical masculina contra el feminismo. Disponible en: https://bit.ly/3jCufMP

Márquez, R. y Jaenes, M. (2021) ¿Cerró usted las piernas? Contra la cultura de la violación. Editorial Plan B.

Mudde, C. (2021) *La ultraderecha hoy*. Editorial Paidós.

Nolesdescasito. (2020). *Cómo impedir que el odio avance en redes: la estrategia del no casito*. Laintersección.net. https://bit.ly/37PolVH

Nolesdescasito [@nolesdescasito]. (19 de mayo, 2020). *¡Hola Twitter! He venido para recordarte que la ultraderecha se alimenta de tu casito. Ya lo sabes, si hablas de ellos o reaccionas a sus mensajes les haces virales. Sígueme y te lo repetiré de vez en cuando, además de darte algunos otros consejos para neutralizarles* [Tuit]. Twitter. https://bit.ly/3KIg7gJ

Ortega-Fernández, E. (2021) Verificación de la información. Procesos y Fact Checking en tiempos de infodemia y COVID-19, en Gil, M., Godoy, F. y Padilla, G. (Ed) Comunicando en el Siglo XXI: Nuevas Fórmulas. Editorial Tirant Lo Blanch Humanidades.

Ortega-Fernández, E. y Rodríguez-Hernández, J. (2021). Hashtags empoderadores en favor de todos los tipos de cuerpos: #BosyPositive en Instagram y TikTok. En Bernárdez, A. y Padilla, C. (Ed.) Deshaciendo nudos en el Social Media. Editorial Tirant Lo Blanch Humanidades

Pérez-Escoda, A. y Dans, E. (2022) La interacción social como mercancía: redes sociales y plataformas, en Pérez-Escoda, A. y Rubio, J. (Ed.) Redes Sociales ¿El quinto poder?. Editorial Tirant Lo Blanch Humanidades.

Real Academia Española. (s.f.). Intersección. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 15 de enero, 2021, Disponible en: https://dle.rae.es/intersección

Reuters Institute (2021) Digital News Report 2021. Disponible en: https://bit.ly/3Mlqetj

Robles, J., Guevara, J., Casas-Mas, B., y Gómez, D. (2022). When negativity is the fuel. Bots and Political Polarization in the COVID-19 debate. [Cuando la negatividad es el combustible. Bots y polarización política en el debate sobre el COVID-19]. *Comunicar, 71*, 63-75. https://doi.org/10.3916/C71-2022-05

Rodríguez Pérez, C. (2019) No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación, 40*, 65-74. http://dx.doi.org/10.18566/comunica.n40.a05

Sigma Dos (2021). *Discursos de odio sexistas en redes sociales y entornos digitales.* Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.4580436

Weimann G. y Masri N. (2020). Research note: Spreading Hate on TikTok. *Studies in Conflict & Terrorism*. https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027

Capítulo 10

Distopías poético-ficcionales frente al antifeminismo digital

Víctor Gutiérrez-Sanz
Universidad de Valladolid (*visitante contratado Margarita Salas en la Universidad Complutense de Madrid*)
vgutsan@gmail.com

Dunia Etura
Universidad de Valladolid
dunia.etura@uva.es

1. INTRODUCCIÓN

Los movimientos antifeministas en internet también están presentes en la literatura contemporánea. A través del discurso poético-ficcional, son varias las escritoras y los escritores que han puesto el foco en esta realidad social mediante relatos distópicos que abordan, desde otro punto de vista, el pasado, el presente y un posible futuro de esta realidad social. En el presente capítulo, se propone un estudio de metodología constructivista y comparatista para analizar los puntos de encuentro y las diferencias que muestran estos textos con el objetivo de reflexionar sobre la mirada literaria a estos movimientos de odio orquestados.

Para ello, realizamos una aproximación a la ciencia ficción feminista y, concretamente, al subgénero de las distopías. Por el tipo de texto que presentamos así como por la abundante y excelente bibliografía al respecto, no pretendemos más que enunciar un breve bosquejo con la ilusión de que el lector interesado siga profundizando. Tras esta limitación de nuestro campo de estudio, nos adentraremos en el objetivo principal de nuestra propuesta: ver cómo se representa el odio contra las mujeres en el mundo digital.

Con esta intención, hemos seleccionado una serie de textos que nos permiten trazar una línea de ejemplificación argumental de lo más abstracto a lo concreto.

2. DESDE EL CONSTRUCTIVISMO RETÓRICO A LA CRÍTICA DEL DISCURSO LITERARIO: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA

Desde que en el pasado siglo XX, comenzaron a desarrollarse los estudios universitarios sobre el "hecho literario"[1], una serie de cuestiones (interrogantes difícilmente resolubles) ha servido como dinamizadora del pensamiento crítico. Una de ellas, fundamental tanto en la evolución de la práctica artística como en la reflexión teórica, es la referida a las funciones sociales del arte. Son múltiples y muy diversas las respuestas que se han dado a preguntas, por otro lado apasionantes, como: ¿qué papel tienen los textos literarios en el desarrollo de un pensamiento crítico? ¿Por qué leemos: por el goce estético, por entretenimiento...? ¿Es posible concebir una práctica artística literaria apolítica? ¿Existe, realmente, la llamada "literatura del compromiso" o es solo un constructo teórico?

En el presente capítulo, no podemos siquiera acercarnos a tratar de presentar la complejidad del debate, pero tampoco podemos eludirlo dado que nuestra labor como investigadores nace de unas premisas que, somos conscientes, pueden ser debatidas en otros foros. Nuestra propuesta analítica, como se explica en este apartado, bebe del "constructivismo retórico" (Pujante Sánchez, 2016) y aplica sus postulados al estudio y la crítica del discurso literario. En este sentido, si retomamos la cuestión de la que hablábamos sobre la "función social del arte" y la relacionamos con el objetivo de este capítulo, en el que pretendemos reflexionar sobre la construcciones discursivo-literarias que se han hecho del antifeminismo digital en distopías contemporáneas, lo primero que debemos hacer es matizar, cuanto menos, la llamada "teoría del reflejo" en la literatura (Rodríguez Puértolas, 2011, p. 15).

Esta teoría, muchas veces malinterpretada, alcanzó una notable popularidad tras las palabras de Sthendal (Henry Beyle) en *Rojo y negro*, en las que afirmaba:

> No olviden nuestros lectores que las novelas son espejos que pasean por la vía pública, que tan pronto reflejan el purísimo azul del cielo, como el cieno de los lodazales de la calle. Y si así es, ¿os atreveréis a acusar de inmoral al hombre que lleva el espejo en su canasto? ¡Porque su luna refleja el cieno, os revolvéis contra el espejo! ¡No! A quien debéis acusar es a la calle o al lodazal, y mejor aún, al inspector de limpieza que consiente que se forme el lodazal (1999, p.407).

1. Es decir, la Teoría de la Literatura, la Crítica Literaria (herederas de las disciplinas clásicas de la Poética y la Retórica) y, de manera paralela, una reconceptualización de la Literatura Comparada.

Pero ¿es realmente la literatura un espejo? Aunque revolucionaria en su momento, la sentencia de Sthendal y su posterior sobreinterpretación a base de un uso y abuso en manuales escolares ha generado una corriente de pensamiento muy limitada en cuanto a la función social del arte literario. Podríamos retrotraernos en este debate a las diferentes teorías miméticas de tipo poético que se remontan a los filósofos griegos, pero, entonces, seguramente perderíamos el hilo. Mejor será responder al famoso fragmento del escritor francés con dos acotaciones que, si bien no rechazan su propuesta, sí ponen el foco en aspectos a veces ignorados por la "teoría del reflejo":

1) El subjetivismo: esta quizás es la crítica más extendida a la reflexión de Sthendal y, siendo honestos, el escritor tampoco la niega. Si tomamos la analogía enunciada en el que la novela es un espejo que porta el escritor a lo largo del camino, es fácil deducir también que el hecho de reflejar los charcos del mismo parte de una voluntariedad del portador de dicho instrumento. Es decir, aunque fuera real que el texto literario es un reflejo especular de la realidad, sería un reflejo selectivo mediado por la mente creadora. Son muchos los autores que han realizado reflexiones al respecto, como Bertolt Brecht, Karl Marx o Eagleton, entre otros (para profundizar léase el artículo citado anteriormente de Rodríguez Puertolas).

2) El constructivismo discursivo: otra crítica que se podría hacer a la reflexión de Sthendal para del constructivismo retórico. Según esta corriente teórica-metodológica los discursos ejercen un papel en la construcción de realidades sociales. De esta forma, la literatura no sería solo un reflejo, sino un importante instrumento de modelación y construcción de la realidad social.

La reflexión que aquí proponemos toma como punto de partida esta reflexión. Nuestro objetivo con este capítulo no es solo el análisis sobre cómo se plasma el antifeminismo digital en la literatura contemporánea (teoría del reflejo), sino analizar también cómo se construye esta realidad social en la narrativa literaria. Para ello, proponemos un repaso por el género distópico (como un claro ejemplo de literatura proyectiva y crítica con el presente) y, a continuación, concretamos mediante el estudio de varios textos.

3. LAS DISTOPÍAS Y EL FEMINISMO EN LA LITERATURA

Si entendemos que la Literatura no es solo el reflejo de una realidad, sino, también, una construcción discursiva-artística sobre diferentes realidades sociales, nos

podemos/ debemos preguntar sobre el papel que está jugando en la representación del machismo estructural, un mal endémico de sociedades como la española. En este sentido, el presente trabajo aborda la construcción literaria del acoso virtual a las mujeres a través de un breve estudio comparativo sobre narraciones distópicas desde una mirada crítico-feminista. Pero, ¿de qué hablamos exactamente cuando decimos que una novela o un relato es una distopía? ¿Y qué papel pueden jugar dentro del movimiento feminista al margen del tema que analizamos en este capítulo?

3.1. Breve aproximación a la distopía literaria

Hablar de distopía nos obliga a mencionar el género del que nace: la utopía, el "no-lugar". Durante siglos, han sido muchos los autores que han utilizado los recursos poéticos y retóricos que les ofrecía la literatura, para imaginarse posibles mundos más beneficiosos para el ser humano. Quien dio el nombre a este tipo de proyectos políticos-literarios fue Tomás Moro con su obra *Utopía,* que se publicó a comienzos del siglo XVI, pero, en realidad, esta es una corriente de pensamiento que ha estado presente en el mundo desde hace milenios. Explica López Keller:

> Cuando se habla de utopía nos referimos a una larga tradición de pensamiento sobre la sociedad perfecta, que identifica perfección y armonía. La historia del utopismo es el conjunto de esfuerzos por presentar una imagen de la sociedad en la que la armonía es el valor dominante. Aunque sus orígenes se pueden remontar a la Antigüedad clásica, y seguramente más atrás, a las leyendas mesopotámicas de Gilgamesh, no quiero arrancar de épocas anteriores a aquellas en las que se acuñó el propio término, con el racionalismo moderno. (…) Ese no-lugar de Moro, que con el propio neologismo no quiso dar a enten der que fuera bueno o malo, adquirió en poco tiempo el significado de algo positivo. Organización social, república ideal; es decir, un modelo terrenal. El Paraíso no es una utopía, pues es esencial el aspecto de ordenación material de la vida en comunidad (López Keller, 1991, p.8).

Aún hoy se siguen produciendo utopías en diferentes ámbitos discursivos, pero lo cierto es que, durante el siglo XX y XXI, "esta larga tradición de pensamiento sobre la sociedad perfecta" pierde fuerza y se impregna de un pesimismo crítico. Y de este, surgen las distopías. Las distopías son proyecciones de sociedades carentes de justicia, "ya no es el ideal que se propone como modelo a alcanzar, sino la realidad indeseable que se ve como posible o, incluso, probable" (López Keller, 1991, p.13).

Sin entrar en mayores pormenores que nos llevarían a sobrepasar el objeto de este capítulo, lo cierto es que las distopías como género literario toman fuerza con la ruptura del ideal de progreso que se dio en el siglo XX. El futuro ya no es necesariamente un lugar ficticio para la proyección idealizada de la sociedad, sino un

espacio de incertidumbre. Véamos la sucesión de crisis, económicas y políticas de las últimas décadas; el cambio climático; la ampliación de las desigualdades; el desabastecimiento de ciertas materias primas; o el auge, de nuevo, de la extrema derecha en occidente. ¿Qué pensar de los años que vendrán? ¿Cómo proyectarlos desde el arte y más concretamente, desde la literatura? El auge del género distópico es respuesta y pregunta.

Las distopías surgen de una observación del presente y de sus problemas sociales, para después imaginar un desarrollo hiperbólico de sus consecuencias o causas. Así, si volvemos sobre la "teoría del reflejo" de la que hablábamos antes, podríamos decir que la literatura de corte distópico no ofrece una imagen especular, ni siquiera, un deformada (como hacía el esperpento), sino que más bien es una bola de cristal en la que ver nuestro posible, incluso probable, futuro.

Tomemos las tres distopías más citadas en la historia de la literatura universal para terminar de pergeñar una definición constructivista de este tipo de novelas: *Un mundo feliz*, de Aldous Huxley; *1984*, de George Orwell; y *Fahrenheit 451*, de Ray Bradbury. La primera novela, *Un mundo feliz*, se publicó en 1932. Heredera del pensamiento utópico, la obra de Huxley aborda una supuesta sociedad idílica, en la que todo el mundo es feliz, gracias al uso del soma y de la eliminación de cualquier polo de conflicto (como la cultura, la familia, etc.). *1984*, se publicó poco después de que concluyera la Segunda Guerra Mundial. En un mundo cada vez más polarizado en dos grandes bloques políticos, George Orwell creó esta historia que nos muestra una sociedad hiper controlada y manipulada por obra del Gran Hermano. Por último, *Fahrenheit 451* relata un mundo futurista en el que los libros están prohibidos y en el que un cuerpo de bomberos se encarga de quemar cualquier vestigio de papel impreso.

Estas tres historias, todas escritas hace más de medio siglo, proponen una visión pesimista sobre el futuro. Son construcciones discursivo-literarias proyectivas que hicieron sus autores a través de una observación de su presente y, a día de hoy, raro será encontrar a un lector que no lea estas novelas sin establecer paralelismos con su realidad. Todas ellas parten de una observación de rasgos sociohistóricos de su presente para, mediante una proyección muchas veces hiperbólica, situar al lector ante un hipotético futuro.

3.2. La distopía literaria feminista contemporánea

Dentro del género literario de la distopía, se ha creado una nueva categorización temática: "la distopía literaria feminista". En un mundo en el que el machismo

sigue inserto en la estructura del sistema político-social y en el que, pese a los grandes avances del movimiento feminista, se siguen poniendo en duda, en diferentes olas de reaccionarismo sociopolítico, las conquistas alcanzadas en pro de una igualdad real, el género distópico se convierte en una respuesta que, mediante la ficción, hace construcciones discursivas que abordan el debate con proposiciones que se suelen alejar de los discursos dominantes.

Si echamos la vista atrás y nos alejamos un poco del canon académico tradicional, podemos constatar que son muchas las autoras que han trabajado en este género durante las últimas décadas. Entre ellas podríamos destacar, por su influencia posterior y repercusión social, a autoras como: Ursula K. Le Guin, Margaret Atwood, Octavia Butler o Angela Carter (y, somos conscientes de que nos dejamos a muchas en el tintero). Alexandra Alter, en un artículo publicado en *The New York Times*, explica que estas autoras "usaron el género como marco para escribir sobre la identidad de género y sus limitaciones" (2018). Esta es una precisión genérica, pero bastante acertada, sobre las concomitancias temáticas de una gran parte de la ciencia ficción feminista del pasado siglo.

En la actualidad, en cambio, se percibe una transformación. En el artículo antes citado, Alter considera con acierto que ha habida una evolución temática en la distopía feminista. Entre las nuevas autoras existe "una preocupación cada vez mayor (…) respecto a la vulnerabilidad de los derechos de las mujeres y el temor a que el progreso hacia la equidad entre los sexos se haya estancado o quizá incluso retrocedido" (2018). Ha habido por tanto una evolución de una ciencia ficción especulativa (como puede ser *La mano izquierda en la oscuridad* de Le Guin) hacia una distopía proyectiva como consecuencia del desarrollo de los discursos de odio y de una polarización sociocultural auspiciada por las construcciones discursivas de la extrema derecha occidental.

Algunas de las obras que podemos enmarcar dentro de esta corriente son: *An excess male*, de Maggie Shen Kin; *Vox*, la primera novela de Christina Dalcher; o la aclamada novela de Naomi Alderman *The power*. Todas estas provienen del mundo anglosajón. Si nos centramos en el mundo hispanohablante, también hay multitud de ejemplos de autoras que, poco a poco, van obteniendo cierto reconocimiento. Sirvan como punto de partida para los interesados las antologías *Poshumanas y distópicas*, editado por Teresa López-Pellisa y Lola Robles (Eolas, 2020) o *Insólitas. Narradoras de lo fantástico en Latinoamérca y España*, editado por Teresa López-Pellisa y Ricardo Ruiz Garzón (Páginas de Espuma, 2019). Ambas obras son puertas abiertas de enorme valía para adentrarnos en la ciencia ficción hispanohablante escrita por mujeres.

4. DE LA ABSTRACCIÓN A LO CONCRETO: EL ANTIFEMINISMO DIGITAL EN NARRACIONES DISTÓPICAS CONTEMPORÁNEAS

Las narraciones distópicas han ganado poco a poco un espacio muy importante en el mundo editorial hispanohablante. Si nos centramos en España, país en el que el canon académico y la crítica han primado tradicionalmente al Realismo literario, podemos observar una importante transformación de los hábitos de lectura y del interés crítico-académico hacia subgéneros hasta hace pocas décadas ninguneados (fantasía, ciencia ficción, terror, etc.). Los vasos comunicantes culturales, hoy innegables, con otras literaturas (por ejemplo, la anglosajona o la latinoamericana) allanaron el camino a nuevas expresiones poético-ficcionales que, aunque presentes en nuestro legado literario habían sido ignoradas.

En este sentido, consideramos muy importante la labor de recuperación que han hecho Teresa López-Pellisa y Lola Robles en las antologías antes mencionadas. En ellas, aparecen recogidos, entre otros, cuentos de Emilia Pardo Bazán, Ángeles Vicente, Halma Angélico, Condesa de Campo Alange, Alicia Araujo, Teresa Inglés, Mª Concepción Regueiro Digón, Susana, Sara Mesa, Sofía Rhei, María Angulo, Laura Fernández o María Zaragoza. Se trata, pues, de un recorrido histórico-literario que demuestra que la tradición de la ciencia ficción escrita por mujeres cuenta con narradoras excepcionales y que, dentro de ella, la reflexión feminista ha sido una constante.

En el presente capítulo, nos vamos a centrar en varios relatos distópicos y en una novela que, de alguna manera, abordan la problemática que se está analizando en este libro: el antifeminismo digital. Empezaremos con aquellas narraciones que se centran más concretamente en la realidad social que aborda este libro, aunque sea de forma paralela ("We Kids" de Laura Gallego; o "Las cosas que perdimos en el fuego", de Mariana Enríquez); para, por último, recalar brevemente en una novela muy particular: *El aliado*.

El elemento de estudio que compararemos en todas estas historias será la "trama genérica", según la conceptualización de la misma que hizo Frye Este teórico y crítico literario propuso en su *Anatamía de la crítica* una categorización poética sumamente interesante basada en los "*mythoi*" o "tramas genéricas". Estas podrían ser definidas como estructuras narrativas constantes a lo largo del tiempo y, por consiguiente, conocidas por lectores y escritores. Así pues, según Frye, el hecho de que enmarquemos una narración (de forma inconsciente o consciente) como una trama narrativa trágica o cómica, por ejemplo, generarán en el lector una predisposición, actitud o temple (Frye, 1991, p. 215), es decir, unas coordenadas in-

terpretativas. Por lo que, podemos deducir, que dichas tramas poseen una carga argumentativa y persuasiva.

Para Frye son cuatro los "*mythoi*" o "tramas genéricas" (las románticas, las trágicas, las cómicas y las irónicas o satíricas) y cada una de ellas posee unos patrones claros. Dentro de las tragedias, por ejemplo, se encuentran los relatos en los que el héroe camina de manera inevitable hacia un desenlace fatalista. Puede ser que el desencadenante de la tragedia sea una violación moral del orden establecido o, quizás, un destino externo frente al que el héroe deberá luchar a sabiendas de que fracasará (Frye, 1991, pp. 273-276).

La comedia, en cambio, explica Frye, es una narración en la que está inherente un proceso de transformación, es decir «un movimiento que va de una clase de sociedad a otra» (1991, p. 216). Aquí estarían insertas muchas de las narraciones contemporáneas en las que el héroe no se enfrenta a un destino inevitable, sino a una sociedad que le impide alcanzar sus objetivos. En su lucha, habitualmente, el héroe conseguirá una transformación.

La clasificación propuesta por Frye la completan las tramas narrativas románticas y satíricas. Las primeras son fruto de una idealización, una proyección deseada del mundo (sociedad):

> El romance es el que más se acerca al sueño en que se cumplen los deseos y, por tal razón, desempeña una función social curiosamente paradójica. En todas las épocas, la clase social o intelectual predominante tiende a proyectar sus ideales en alguna forma de romance, en que los héroes virtuosos y las bellas heroínas representan estos ideales y los villanos las amenazas a su ascendiente (Frye, 1991, p. 245).

Mientras que las satíricas buscan romper con cualquier tipo de idealización dando forma a las ambigüedades y complejidades veleidosas de la existencia no idealizada (Frye, 1991, p. 293). Así pues, al igual que la comedia y la tragedia son polos opuestos, la ironía y la sátira son, en esencia, una parodia del romance y de su idealización. Veamos pues qué tramas narrativas genéricas utilizan los relatos seleccionados y que función argumentativa tienen.

4.1. La violencia machista y las redes sociales en dos relatos distópicos

Existen en las narraciones contemporáneas varios relatos distópicos que abordan de manera tangencial la problemática a la que nos enfrentamos en nuestro texto, aunque sea de manera colindante: la violencia machista y las redes sociales. En este caso, los relatos que hemos seleccionado para ejemplificar cómo se están

abordando estas temáticas dentro del género son: "Las cosas que perdimos en el fuego" de Mariana Enríquez, y "WeKids" de Laura Gallego.

El primero de los textos apareció recogido en el libro de relatos homónimo que publicó la escritora argentina. Ubicado en Argentina, y más concretamente en Buenos Aires, el relato de Mariana Enriquez construye una sociedad difícil de ubicar en el tiempo, pero, por las características ambientales, se puede deducir que es un mundo muy cercano en el tiempo. En esta obra no hay elementos futuristas ni un colapso económico de fondo, más bien podría leerse como una realidad paralela y salvaje.

Todo comienza con la historia de una mujer quemada que pide limosna en el metro. Su cuerpo está cubierto de quemaduras como consecuencia de las lesiones que sufrió al ser prendida viva por su marido. La historia evoluciona con diferentes casos de violencia machista similares (la pareja de un famoso futbolista y una madre y su hija pequeña), lo que desencadena la rabia entre un grupo de mujeres que terminan por enfrentarse a esta violencia "tomando el control": "Las quemas las hacen los hombres, chiquita. Siempre nos quemaron. Ahora nos quemamos nosotras. Pero no nos vamos a morir: vamos a mostrar nuestras cicatrices" (Enríquez, 2016).

Encontramos en este texto, similitudes con las novela de Repila que analizaremos en el último punto, sobre todo, en cuanto al desencadenante de la protesta. También, existe en este texto y en *El aliado* un uso de la violencia en sus protagonistas que se ejerce de manera equivalente a la sufrida durante siglos por las mujeres, pero como fuerza contrapuesta.

Por otro lado, resulta interesante señalar cómo en diferentes momentos del relato aparecen menciones a la opinión popular de manera un tanto abstracta. Se habla de los medios de comunicación, de opinadores, etc. Pero también se da una identidad narrativa difusa caracterizada por un sujeto en tercera persona del plural: "creían que estaban protegiendo a sus hombres, que todavía les tenían miedo, que estaban shockeadas y no podían decir la verdad; costó mucho concebir las hogueras" (Enríquez, 2016). Esta voz colectiva e indeterminada refleja la opinión publicada en la historia, donde se insertarían las redes sociales también, y es parte de la sociedad opresora que impide el cambio en la trama narrativa cómica (como veremos más adelante), es decir, funciona como antagonista.

"WeKids", de Laura Gallego, es otro interesante relato que aparece recogido en la antología *Insólitas*. Se trata de un texto distópico clásico ambientado también en un futuro realmente probable y angustiosamente cercano. La historia se centra

en dos niños que nada más nacer son inscritos en la red social WeKids, pensada exclusivamente para menores. Mientras que el primero, Alfredo García, consigue miles de seguidores durante sus primeras semanas de vida; Lucas Laval tarda mucho más en conseguir un poco de repercusión (algo que obsesiona a su padre, que ha sido infravalorado en repetidas ocasiones por su nula capacidad en las redes sociales).

La historia sigue la trayectoría de estos dos chicos a través de la red. El primero, fácilmente reconocible como un "influencer", basa su éxito en su encanto personal; mientras que el segundo consigue cierta reputación por su inteligencia y por su labor como investigador. Sin adelantar el trágico final, nos parece muy interesante este relato por cómo muestra la proyección de constructos identitarios digitales a través de las redes sociales. Estas son careta y trampantojo y, también, un nicho de odio y polarización:

> Y de pronto estalló una guerra virtual entre los fans de Freddy y los que no lo eran. El chico tenía ya cuatro millones y medio de seguidores, pero había muchos usuarios que no lo soportaban, quizá porque envidiaban su éxito, tal vez porque consideraban que estaba sobrevalorado y no comprendían las razones de su gran popularidad. La mayoría de ellos ignoraba la existencia de Lucas hasta aquella misma tarde; pero, cuando se enteraron de que aquel niño había menospreciado a uno de los ídolos de WeKids, lo aclamaron como a un héroe. Algunos fans de Freddy, ofendidos, dejaron de seguir a Lucas; pero cerca de seis mil usuarios más descubrieron su perfil aquella tarde y se vincularon a él (Gallego, 2019).

Se lee en este texto, por tanto, una crítica ácida y bien estructurada en torno a una obsesión por la identidad digital y, quizás lo más interesante para nuestra reflexión, una corrosiva descripción de la volatilidad y polarización de las corrientes de opinión en las redes sociales.

Si nos centramos en las tramas narrativas genéricas utilizadas por los autores, observamos elementos trágicos en las dos narraciones (aunque ahora matizaremos algunos aspectos de "Las cosas que perdimos en el fuego"). En "WeKids", Laura Gallego utiliza una trama narrativa trágica clásica, lo que resulta muy interesante en el marco futurista del relato. En este texto, el héroe trágico no se debe enfrentar a un destino inevitable impuesto por los dioses, sino a un destino inevitable impuesto por las redes sociales. La deificación en este texto de la opinión popular inserta en estos espacios digitales, intangible y abstracta como un elemento con tanto poder que es capaz de marcar la vida de los personajes es sumamente interesante.

Por su parte, como decíamos, "Las cosas que perdimos en el fuego" posee elementos de la trama narrativa trágica, pero también de la cómica (lo que genera

una fuerte sensación de extrañamiento en el lector). El hecho de que las mujeres se quemen voluntariamente en las hogueras para tomar el control y provocar una transformación social podría ser visto como parte de una trama narrativa cómica, en la definición que propuso Frye. Sin embargo, la protagonista se nos presenta como una heroína trágica enfrentada a un destino impuesto externamente (léase con detenimiento el final). La ruptura del texto con un final abierto permite dos posibles lecturas, una trágica y otra cómica, lo que hace que sea una relato sumamente interesante.

4.2. Tercer paso: la reflexión desde dentro, el machismo digital y su representación en *El aliado*

Para terminar con esta reflexión sobre la representación del antifeminismo digital en las redes sociales, recalamos en la novela de Iván Repila titulada *El aliado*. Resumir esta novela en unas pocas líneas es harto difícil, quizás lo mejor sea citar las primeras líneas del texto:

> Yo soy el tío más feminista del mundo. Sin embargo, tengo mis contradicciones. Ahora mismo, por ejemplo, mis cinco compañeros y yo estamos tirando huevos sobre un grupo de mujeres desnudas o semidesnudas que se manifiestan delante del ayuntamiento. Los dos primeros proyectiles han fallado el objetivo por exceso de fuerza, pero los siguientes han impactado perfectamente en la cara y las tetas de las que sostenían la pancarta principal (Repila, 2019, cap. 0).

Como se puede leer en este breve fragmento inicial, el tono de la novela de Repila va de lo humorístico a lo repulsivo. El relato está narrado en primera persona por el protagonista de la historia: un hombre ajeno al movimiento feminista que, poco a poco, empieza a empaparse de las reivindicaciones cuando conoce a Najwa, una profesora universitaria especializada en Estudios Feministas y de Género.

Poco a poco, el narrador va siendo consciente del sistema heteropatriarcal que subyace en la sociedad y "comprende" que la revolución feminista no tendrá repercusión sin el uso de la violencia. Así pues, decide crear un grupo terrorista machista para, mediante la provocación, conseguir "activar" a las feministas para que sean más radicales. Su primer paso, antes de actuar en el plano real, es convertirse en un trol:

> Tomo una decisión inapelable: convertirme en trol. Mi apodo en redes sociales es @feminazco. Como juego de palabras no es brillante, pero me permite desdoblarme y gozar de cierto anonimato. Me planteo si usar mi propio nombre. Llego a la conclusión de que el personaje tendrá más fuerza si la gente no conoce su sexo, ni su edad, ni su clase social, ni sus

> estudios. Tampoco quiero sentirme censurado por la posibilidad de perder mi trabajo, porque quiero ser cruel, feroz, un auténtico vándalo. Aunque empiezo a temer que, con los días que llevo sin acudir a la oficina, ya me estén buscando sustituto. Al pensar en ello descubro que no me importa. Tengo ahorros. Puedo permitirme dedicarme a opinar en redes una temporada. De hecho, ni siquiera quiero opinar. Quiero hacer daño (Repila, 2019, cap. 9).

Desde este momento, las redes sociales se plantean en la novela como un campo de batalla. Las construcciones discursivas que utiliza el narrador para provocar y generar odio en internet parten de falacias argumentativas. Iván Repila utiliza en este tramo narrativo la hipérbole y la reducción al absurdo. De esta manera, el protagonista alcanza una notable repercusión, auspiciado también por medios de comunicación. Si dejamos a un lado el esperpento que hay en la novela, observamos cómo se inserta una idea muy interesante y que resignifica la problemática que estamos tratando: la diferencia entre la esfera pública y privada.

> — Que hay una diferencia entre la esfera pública y la privada. Que no es lo mismo estar delante de un micrófono, participar en una conversación entre amigos o escribir un artículo que mi vivencia personal, mi intimidad. Yo estoy podrida, aunque he tenido la suerte, o la capacidad, de darme cuenta. No puedo renunciar a mi deseo. Pero sí puedo denunciar la ideología que permite que exista gente como yo. O como tú, que se te pone dura cuando me pones el culo rojo (Repila, 2019, cap. 8).

Sería difícil definir *El aliado* como una distopía y, más aún, como una distopía feminista. Sin embargo, hemos seleccionado esta lectura porque, aunque no lo fuera, bebe de esta tradición proyectiva poético-ficcional de la que venimos hablando. Explicaba el propio autor en una entrevista:

> (…) cuando empiezo a componer el libro en mi cabeza, me dejo claro a mí mismo que la novela no puede ir sobre feminismo, y decido que de lo que quiero hablar es de hombres machistas y cuál es el lugar que creo que tenemos que ocupar o el papel que tenemos que tener en el feminismo. No deja de ser una curiosa y hasta poética contradicción que, efectivamente, yo cobre un adelanto por un libro que utiliza el feminismo. Aixa y yo decidimos que había que subrayar esa contradicción, porque existen y seguirán existiendo inevitablemente en el proceso de muchos tíos. De ahí el epílogo, "Apropiación indebida", que fue una idea de Aixa y la convencí para que lo escribiera ella, que es la académica (Pikara Magazine).

Se trata pues de una novela sobre el machismo, sobre su propagación en las redes sociales y sobre lo instaurado que está como una estructura sistémica. Es, como decíamos, e el título de este epígrafe, "una reflexión desde dentro".

Si nos centramos en las tramas narrativas genéricas utilizada en el texto de Repila, observamos de nuevo, al igual que hemos visto en "Las cosas que perdimos en

el fuego", dos tramas narrativas posibles en su recepción: el narrador y protagonista responde a una trama trágica clásica; mientras que la construcción ficcional de la sociedad evoluciona en el texto como una comedia. Este es, quizás, el punto más interesante la novela. En tanto en cuanto, es una narración sobre el machismo, y no sobre el feminismo, como aseguraba Repila, la propuesta argumentativa que se esconde tras el texto es que al sistema heteropatriarcal (representada en este personaje) le espera un final trágico y, por consiguiente, se producirá una transformación social (que se observa en el epílogo ficcional de Aixa de la Cruz) que se podría enmarcar en los patrones narrativos de la comedia. En cualquier caso, en las dos posibles interpretaciones se observa que las redes sociales y el odio a las mujeres funcionan como antagonistas.

5. CONCLUSIONES

Tras el breve estudio realizado observamos que: 1) en dos de las tres narraciones distópicas seleccionadas no se hace mención expresa al antifeminismo digital, aunque encontramos elementos de reflexión colindantes como las redes sociales o la violencia machista; 2) las redes sociales (o la opinión publicada) ejercen un papel de antagonista en el relato, en dos de ellos son parte de la sociedad dominante a la que se enfrentan los héroes en un intento de ser transformada, en otro toma el papel de "dios vengativo" que marca el destino de los personajes; 3) existe un interesante desdoblamiento de la trama narrativa cómica y la trágica.

Narración	Trama narrativa dominante	Papel en la historia de las redes sociales	Motivos literarios relacionados con el antifeminismo digital
"Las cosas que perdimos en el fuego"	Trágica/comica	Sujeto colectivo indeterminado. Antagonista (representación del sistema dominante)	Violencia machista
"WeKids"	Trágica	Antagonista (deificación de las redes sociales como un "dios cruel").	Redes sociales
El aliado	Trágica/cómica	Antagonista	Violencia machista, redes sociales

Este último punto es, seguramente, el que merece una mayor atención. El análisis comparativo realizado muestra dos relatos con dos posibles interpretaciones según la trama narrativa que seleccione el lector en su proceso de recepción. En "Las cosas que perdimos en el fuego", observamos un proceso de transformación trágico de una sociedad machista hacia una sociedad indeterminada (no podemos saber si se producirá finalmente el cambio deseado por los personajes); mientras que en *El aliado* observamos a un héroe trágico que representa el final fatal del machismo sistémico pero, por otro lado, la narración relata que sí que se produce el cambio deseado.

Dicho esto, comenzábamos el capítulo asegurando que la "teoría del reflejo" es incapaz de analizar y comprender en su totalidad nuevas construcciones poético-ficcionales como las distopías. Estas, como hemos podido ver en un brevísimo repaso en tres pasos, son espacios no solo para la proyección de una supuesta realidad, sino para la construcción de nuevas perspectivas y realidades sociales.

Los ejemplos que hemos propuestos tienen otros puntos en común que merecen ser mencionados aunque no hayamos profundizado en ellos: 1) parten de acontecimientos y hechos interpretables de nuestro presente (como puede ser la violencia machista o la increíble importancia que le damos a la redes sociales); 2) proponen un futuro incierto en el que se subvierte el orden establecido (como un colapso); 3) construyen una realidad aparentemente deformada sobre nuestro presente que emerge como un aviso. También existen ejes temáticos que se repiten (el uso legítimo de la violencia, la diferencia entre el espacio público y el privado, etc.), pero este apartado preferimos que sean los lectores quienes lo descubran.

En cualquier caso, ya sea de manera directa o indirecta, lo que queda claro es que las nuevas distopías (las feministas y la machista que hemos estudiado) emergen como un aviso que pone de manifiesto los peligros a los que se enfrentan las conquistas feministas de las últimas décadas. Uno de ellos, como hemos tratado de demostrar, es el antifeminismo digital en las redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

Alter, A. (2018). "Las nuevas autoras de la distopía feminista", *The New York Times*. Disponible en: https://www.nytimes.com/es/2018/10/11/espanol/feminismo-ficcion-distopia.html

Enríquez, M. (2016). "Las cosas que perdimos en el fuego" en *Las cosas que perdimos en el fuego*. Barcelona: Anagrama.

Frye, N. (1991). *Anatomía de la crítica*. Caracas: Monte Ávila.

Gallego, L. (2019). "WeKids", en *Insólitas. Narradoras de lo fantástico en latinoamérica y España*, ed. López-Pellisa y Ruiz-Garzón. Madrid: Páginas de Espuma.

López Keller, E. (1991). "Distopía. Otro final de la utopía", *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 55, pp. 7-23. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3869465.pdf

Pujante Sánchez, D. (2016). Constructivist rhetoric within the tradition of rhetorical studies in Spain. *Res Rhetorica*, 30-49. http://doi.org/http://dx.doi.org/10.17380/rr2016.1.3

Repila, I. (2019). *El aliado*. Barcelona: Seix Barral.

Rodríguez Puértolas, J. (2011). "Realismo, realismos, realidad. Entre espejos anda el juego", Revista de crítica literaria marxista, 5, pp.13-20. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3869465.pdf

Sofía A. (2019). "Los hombres nos hemos sentido muy cómodos en la etiqueta de aliado feminista", *Pikara Magazine*. Disponible en: https://www.pikaramagazine.com/2019/06/ivan-repila-el-aliado/

Sthendal (1999). *Rojo y negro*, ElAleph.com. Disponible en: https://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/Stendhal%20-%20Rojo%20y%20Negro.pdf.